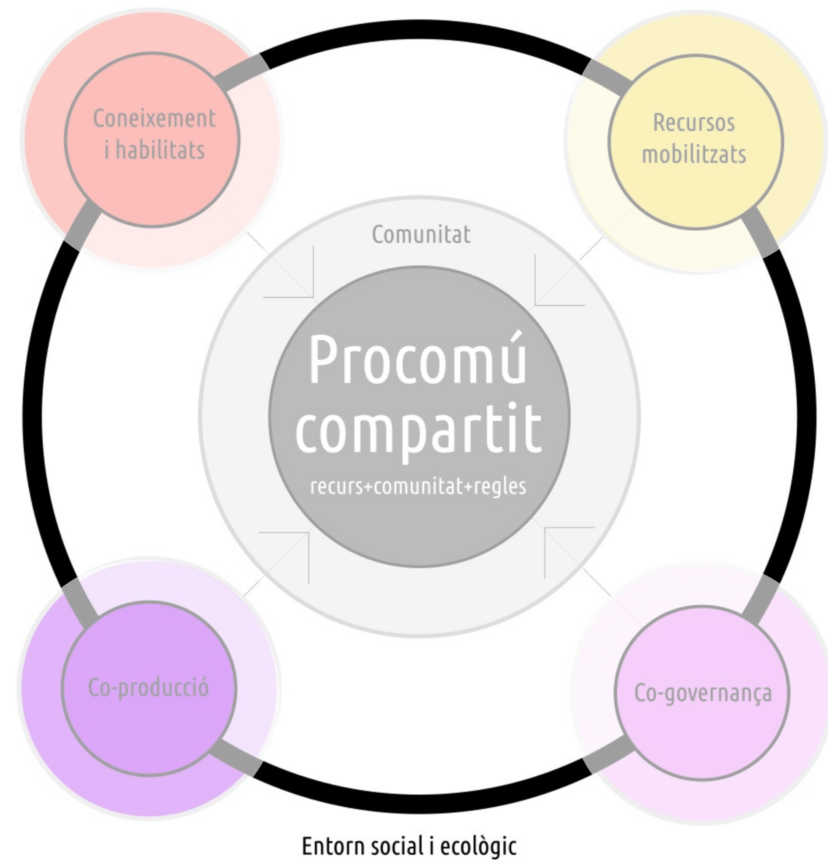
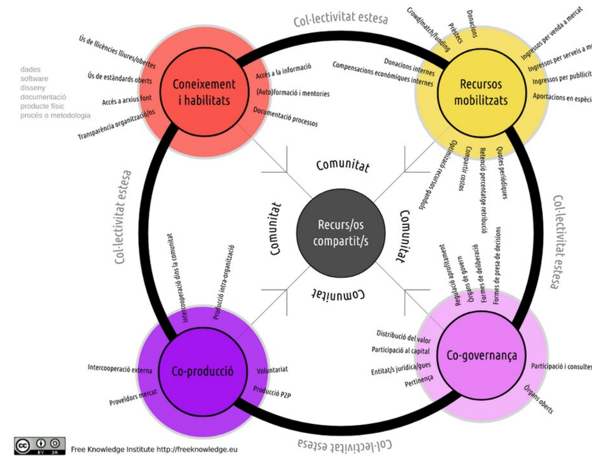
> Pilar Comunitat



> Forma organitzativa dels projectes de l'ESSC i el procomú digital

Núcli impulsor
Collaborador
Participant
Potencial participant
Altres



Un (gran) nombre de persones treballa de forma col·laborativa (en general utilitzant l'Internet), amb estructures jeràrquiques menys rígides, governança distribuïda, diferents models de sostenibilitat

WIKIMEDIA FOUNDATION





AUTOMATTIC









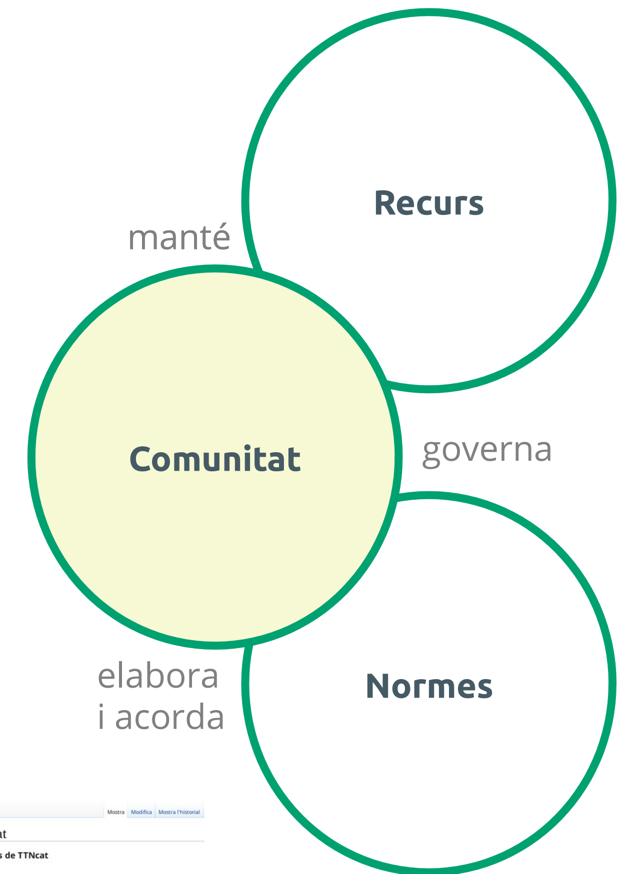




> Model socio-econòmic procomú

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

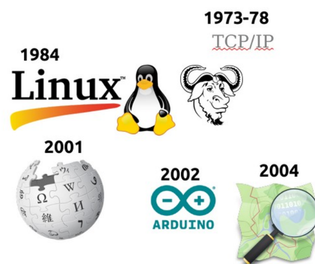
Procomú=
Un *recurs* compartit
+ Una comunitat de persones
+ Unes normes acordades col·lectivament



"… cuando hablamos de bienes comunes aludimos a un recurso, pero también a las normas que regulan su uso y, sin duda, a la comunidad activa que en la práctica elabora tales normas y a la fuerza de trabajo necesaria para mantener el recurso y su gobernanza…"

Rubén Martínez et al. La Hidra 2016

Projectes de programari lliure



Plataforma o eina digital



Grup de treball



Manifest

(*) **[pro]comú**
> profit comú
Sinònims: comú, empriu, bé comunal, béns comuns

Què entenem per comunitat?

Els **4 elements fonamentals de tipus estructural** que componen la comunitat són:

- **la població:** persones i grups que interaccionen per interessos, valors comuns, sentiment de pertinença… no vol dir que no existeixin divergències ni conflictes.
- **el territori:** l'espai geogràfic que ocupa la població. Cal conèixer el territori.
- **els recursos:** el primer recurs és la pròpia població i a través del treball comunitari l'hem de potenciar - activar. Però també recursos públics i privats.
- **les demandes:** actuals i futures, explícites i implícites.

font: Marchioni , M. (2015)

Què entenem per comunitat?

→ Tradicionalment s'ha donat molta importància a la dimensió territorial del concepte de comunitat:

Segons Marchioni (2004):
"La comunidad es siempre un territorio en el cual vive una determinada población que tiene determinadas demandas y que cuenta con determinados recursos".
(Marchioni- camp de la intervenció comunitària i la participació)

Segons Ander-Egg (2003):
"La comunidad es una agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o identificación a algún símbolo local (...) con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas (...)". (Ander-Egg- camp de l'animació cultural)

Què entenem per comunitat?

→ Però també existeix la comunitat d'interessos:
Davant el treball amb **grups i col·lectius amplis** és més important que aquests comparteixin certes problemàtiques, sensibilitats, interessos… que no pas el territori.

Els interessos i relacions en un territori cada vegada són més variats i independents al propi territori (fragmentació social).
Una persona pot identificar-se amb diferents comunitats més enllà de l'espai que ocupa.

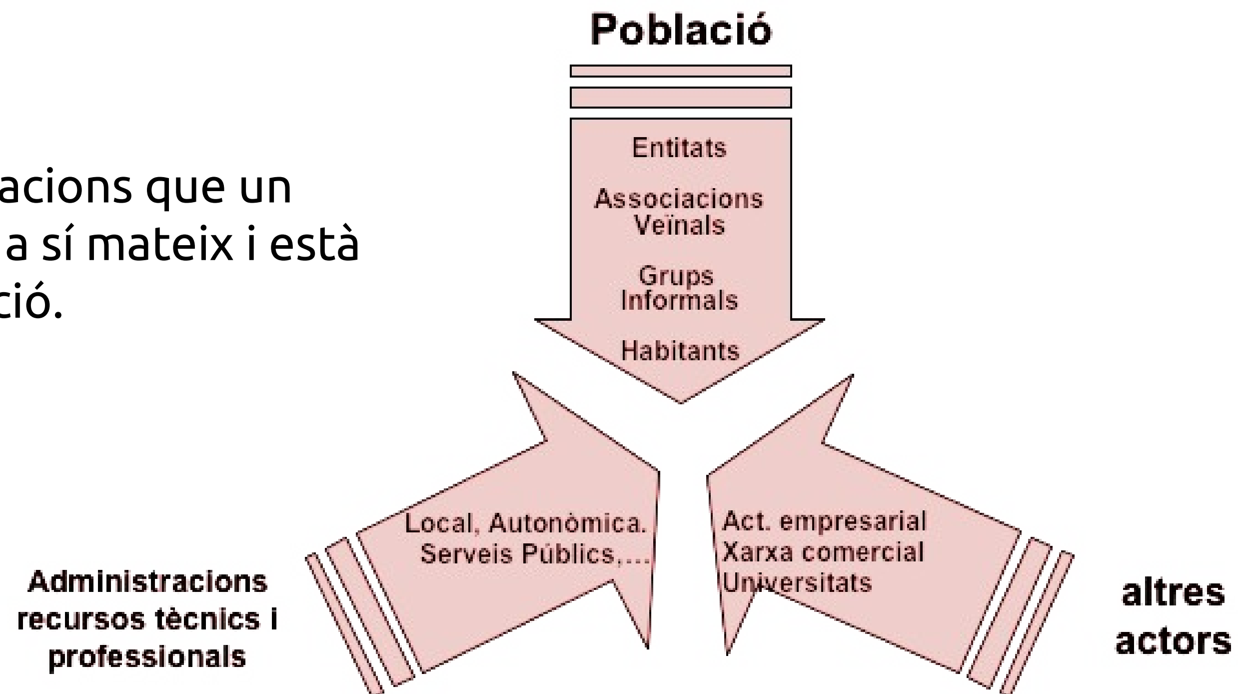
La "comunitat mítica" no té en compte les diferències que es donen dins les comunitats, que són crucials en entendre els processos que porten a l'èxit o al fracàs de la governança dels comuns. S'ha d'entendre que les comunitats poden tenir interessos diversos. (Agrawal and Gibson (1999))

P.e: una dona d'origen dominicà es pot identificar amb el col·lectiu de dones immigrades, la comunitat de veïns, el grup facebook a favor del dret a vot dels immigrants, el grup d'estudiants de l'UOC i el grup de mares de l'escola on porta al fill, d'un altre barri.

Què entenem per comunitat?

→ Dimensió relacional:
Allò que prima en el nostre concepte de comunitat és la seva dimensió relacional: per tant les possibilitats de reconeixement i d'interacció dels diferents actors.
→ Condicions que possibiliten la sostenibilitat del procomú (Agrawal)
Homogeneïtat d'identitats o interessos
Lideratge apropiat
Poden tenir interessos diversos
...

La xarxa social és el conjunt de relacions que un individu (o grup) configura entorn a sí mateix i està en permanent procés de construcció.



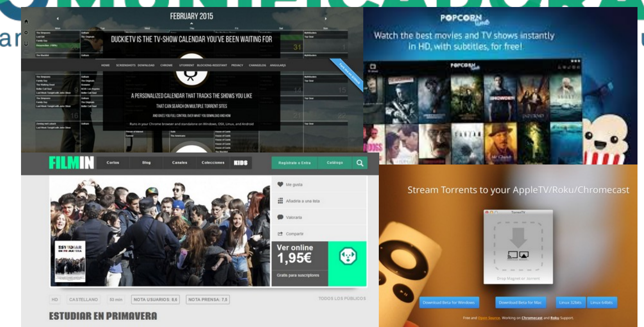
Què entenem per comunicació

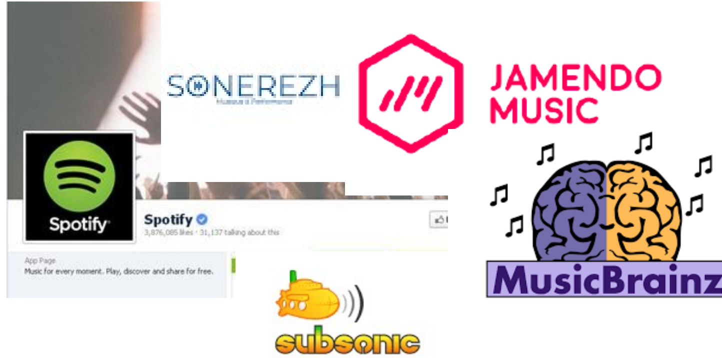


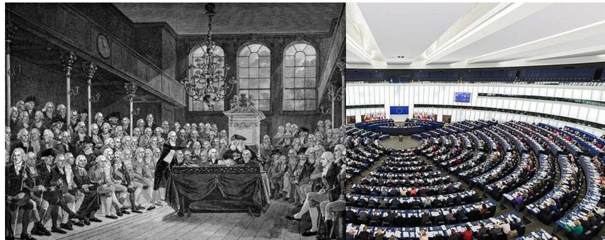







FEBRUARY 2015
Watch the best movies and TV shows instantly in HD, with subtitles, for free!
FILMIN
Stream Torrents to your AppleTV/Roku/Chromecast
Ver online 1,95€
ESTUDIAR EN PRIMAVERA


SONEREZH
JAMENDO MUSIC
Spotify
Music for every moment. Play, discover and share for free.
MusicBrainz
subsonic




Decidim la Barcelona que volem
PARTICIPA



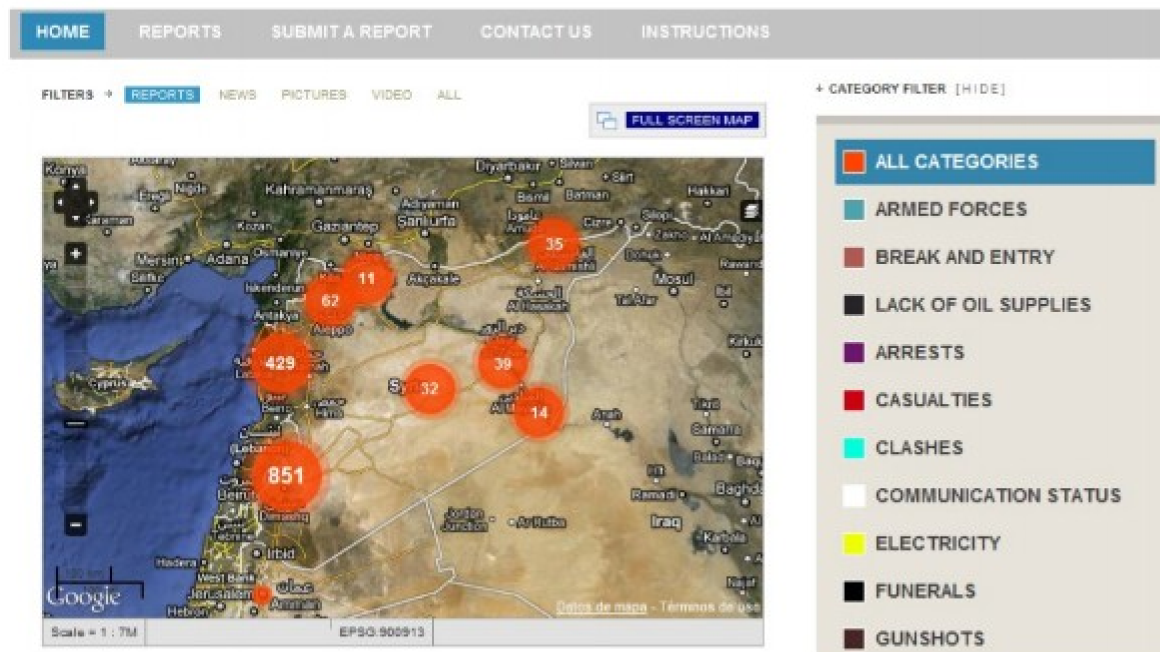

UBEEQO



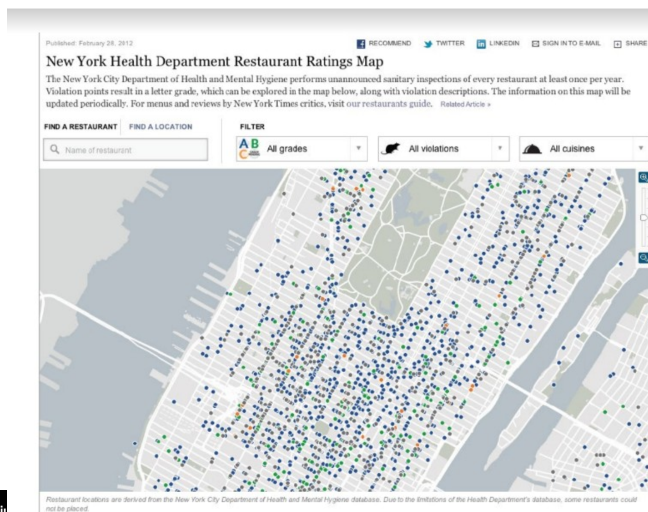

Glovo
Mensakas

Eines col·laboratives

Eines periodístiques ***col·laboratives*** *com http://www.ushahidi.com obren molts interrogants*



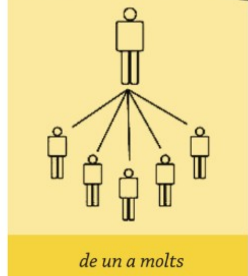

Esta imagen trucada que circuló en Twitter muestra a un tiburón nadando en las calles luego del Huracán Irene.



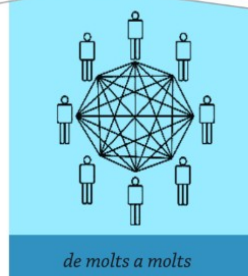


Ecologia comunicativa











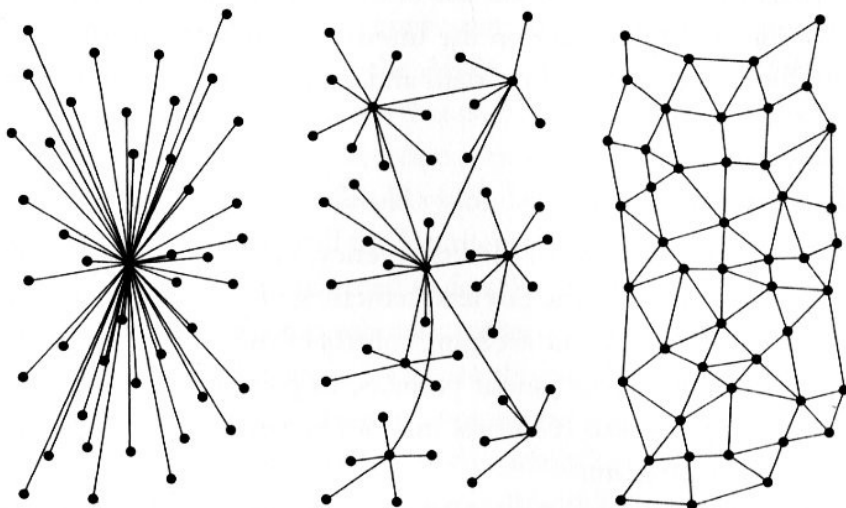
President Lyndon B. Johnson dances with h
wife, Lady Bird, at the 1965 Inaugural Ball.
© CORBIS



Compartim informació de manera:
- **massiva**
- **síncrona** *(temps real)*
- **amb mobilitat** *(geolocalizació)*



El ball inaugural del President Johnson l'any 1965 (una càmera) ball inaugural del President Obama el 2009.



Models de xarxa centralitzada, descentralitzada i distribuïda, definits per Paul Baran (1964) del RAND Institute, per estudiar com crear una xarxa de comunicació militar no lineal i robusta .

Convergència dels mitjans, multiplataforma i transmèdia

WORLD MAP OF MULTI PLATFORM CULTURES & TRANSMEDIA RITUALS ©© Gary Hayes 2010

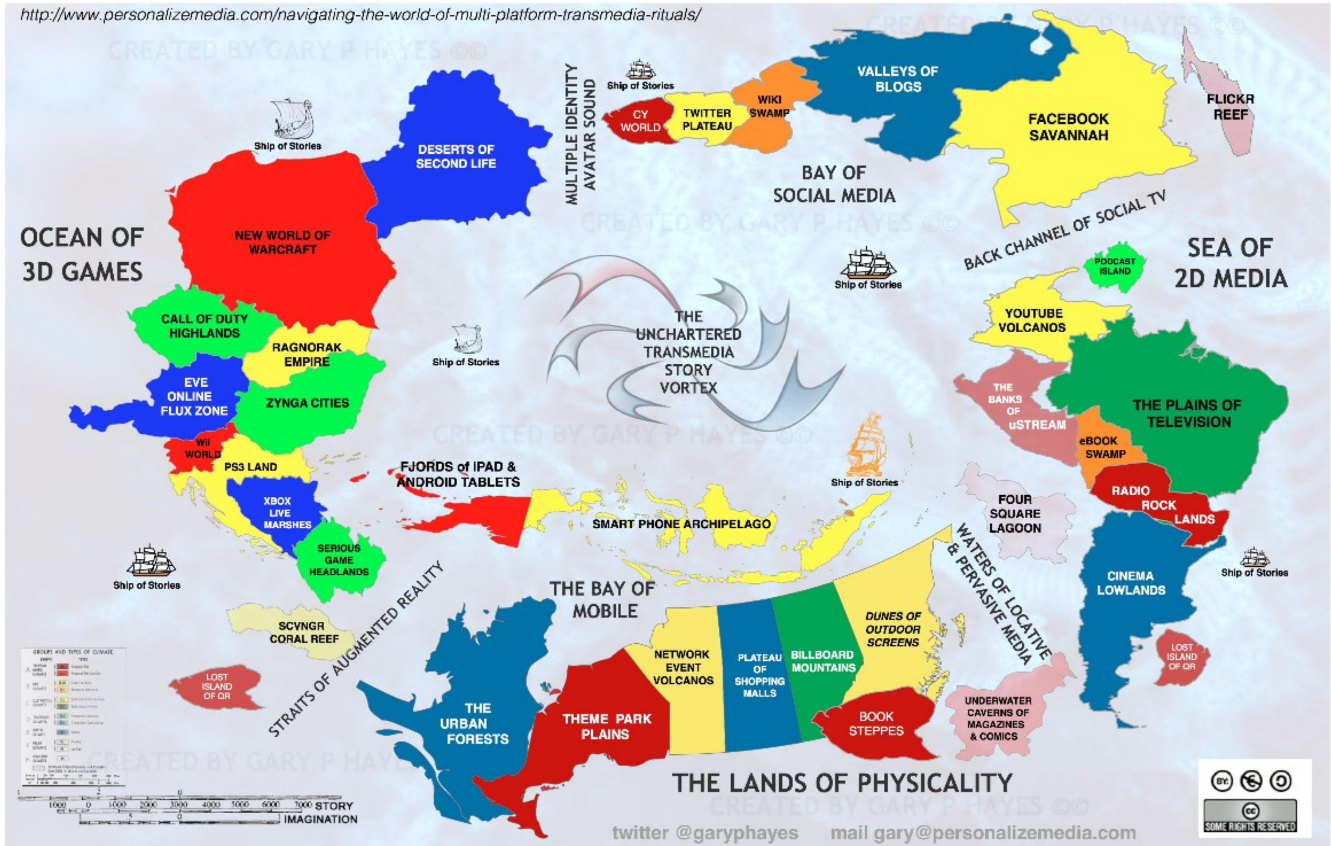
A metaphorical chart representing the key fragmented lands of media. To navigate & sail around these lands we need to understand the language & culture of multi platform and the rituals of transmedia storytelling. A good sailor in these lands can draw on the energy of the treacherous 'waters' between the lands powering the transmedia vortex

WORLD OF MULTI-PLATFORM 1970s



twitter @gary

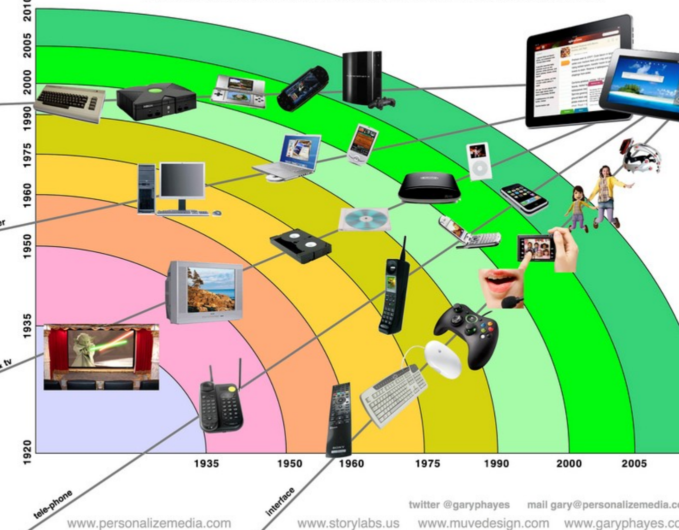
www.personalizemedia.com www.storylabs.us www.muve



www.personalizemedia.com www.storylabs.us www.muvedesign.com www.garyphayes.com

Platform Convergence and the Dawn of Trans-Media Channels © Gary Hayes 2010

An updated chart (and post/article) looking at the evolution of key platforms towards a convergent device on which transmedia becomes more about service and channel switching than crossing devices or platforms



twitter @garyphayes mail gary@personalizemedia.com

www.personalizemedia.com www.storylabs.us www.muvedesign.com www.garyphayes.com

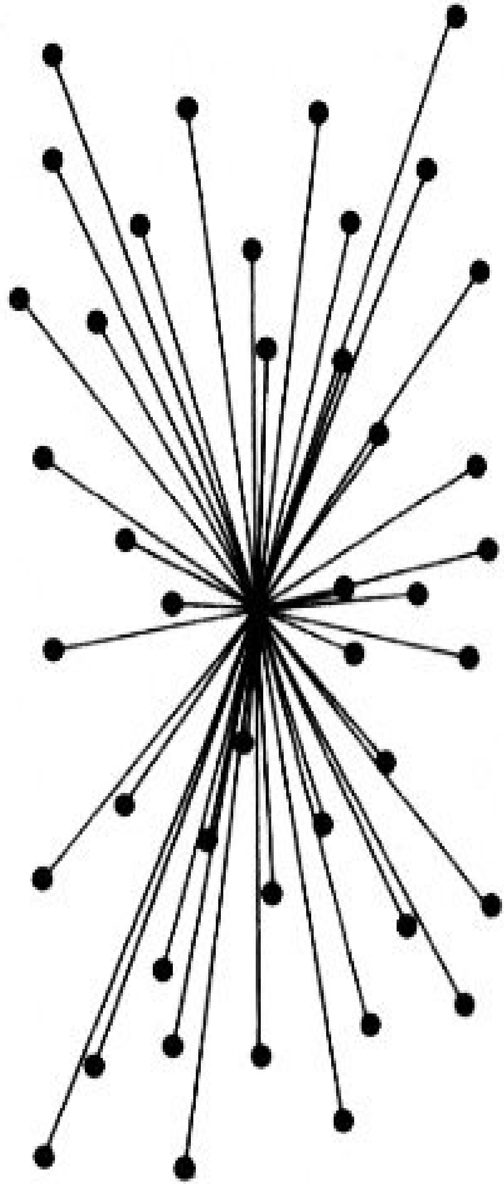


"Quan s'explica una història o s'experimenta un esdeveniment a través de diverses plataformes i formats s'està produïnt una experiència transmedia". Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. International journal of cultural studies , 7(1): 33-43.

"Una història transmedia es desenvolupa a través de diverses plataformes, cada element nou fa una contribució valuosa al conjunt. Idealment, cada mitjà fa la seva contribució única al desenvolupament de la història ". Henry Jenkins in "Convergence Culture" (2006)

Una definició àmplia de "narrativa transmedia" és el "procés de transmetre missatges, temes o històries a un públic massiu mitjançant l'ús artístic i ben planificat de plataformes multimèdia" (Jeff Gomez, 2011). – Transmedia Digest

GAFAM = Google + Amazon + Facebook + Apple + Microsoft



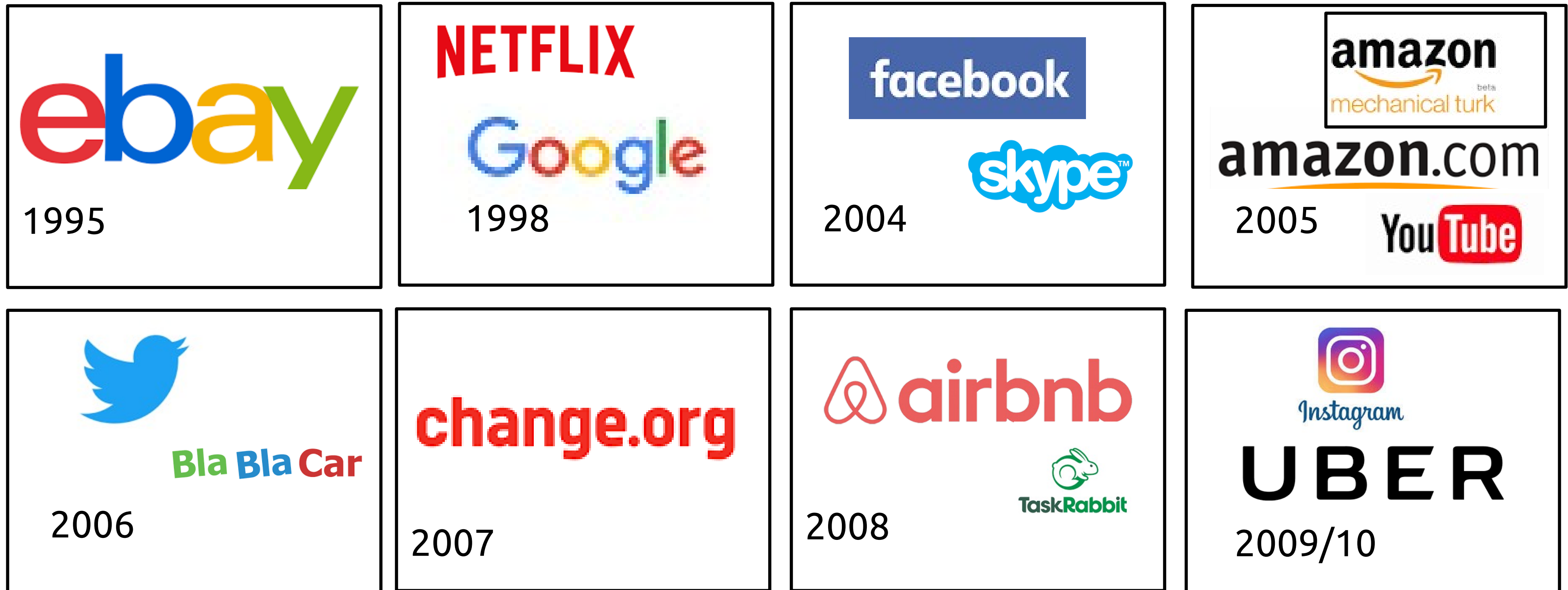
Plataformes extractivistes

Eines de control social

Infraestructures del discurs

Google amazon.com facebook Apple Microsoft

El camí de les plataformes extractivistes i les infraestructures del discurs

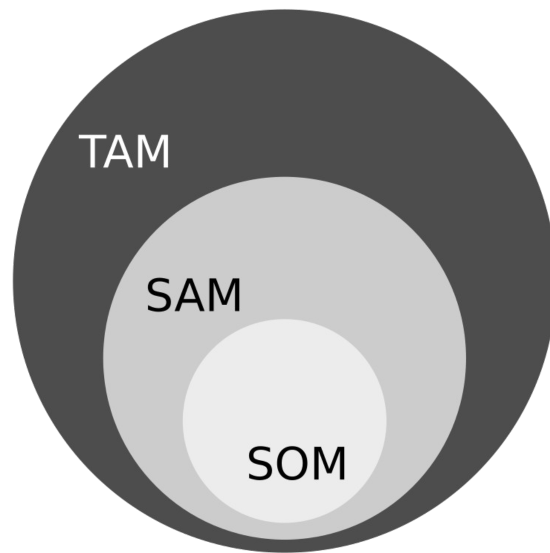


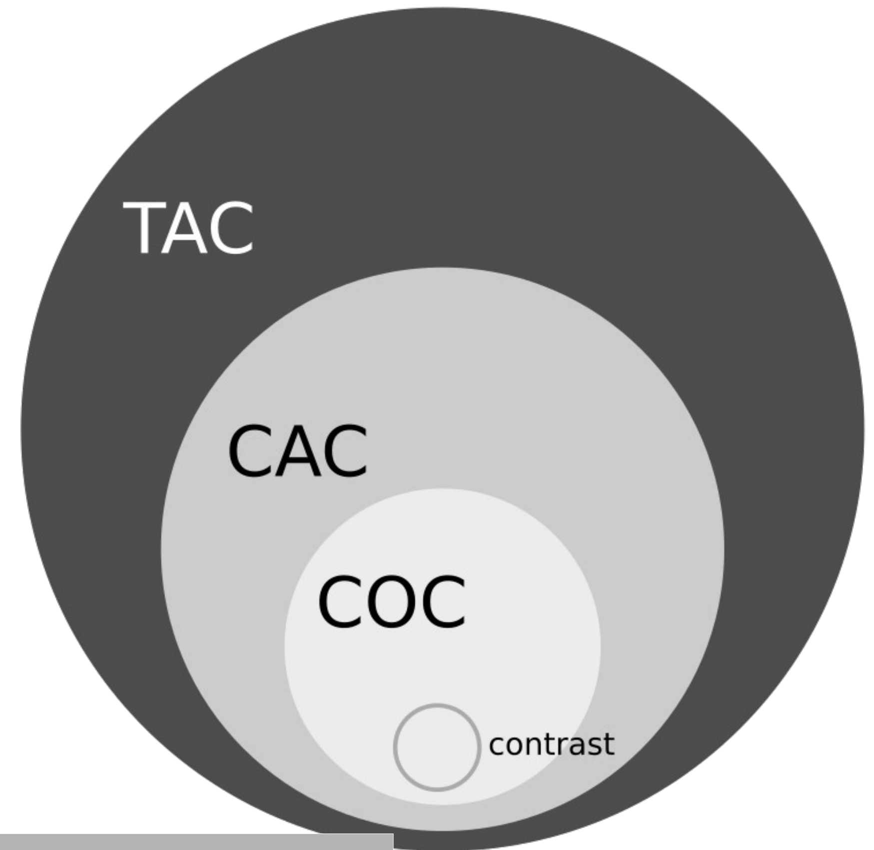
https://www.slideshare.net/David_Weingartner/collaborative-economy-and-collaborative-enterprise



Reivindicacions per drets socials, laborals, que han rebut l'impacte de plataformes extractives i que són possibles i al mateix temps controlades i mediades per les infraestructures del discurs.

Dimensionament i caracterització de la comunitat potencial

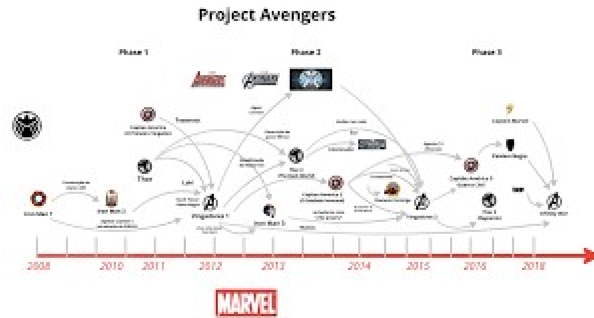


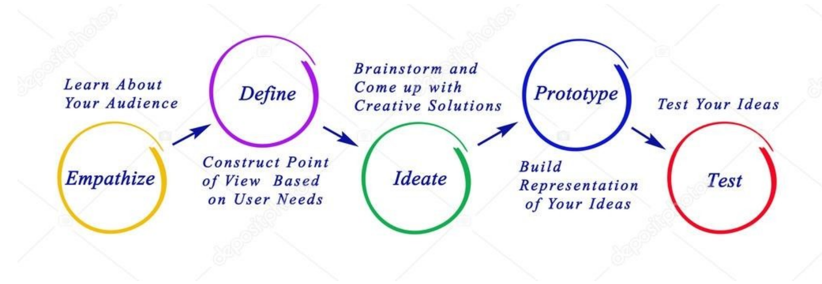


TAC - *Total Available Community* o Comunitat Total Possible.
CAC – Committable Available Community o Comunitat Implicable Disponible
COC - Committable Obtainable Community o Comunitat Implicable Obtenible

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Planificació de la participació i comunicació orgànica i distribuïda

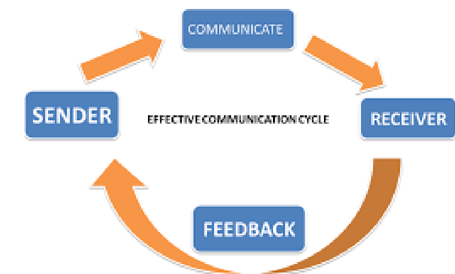




Comunicació de guerrilla	Comunicació Transmèdia	Model d'organització democràtica, descentralitzada	Recerca Acció Etnogràfica (EAR)	Design thinking i disseny transicional	Comunicació Clàssica







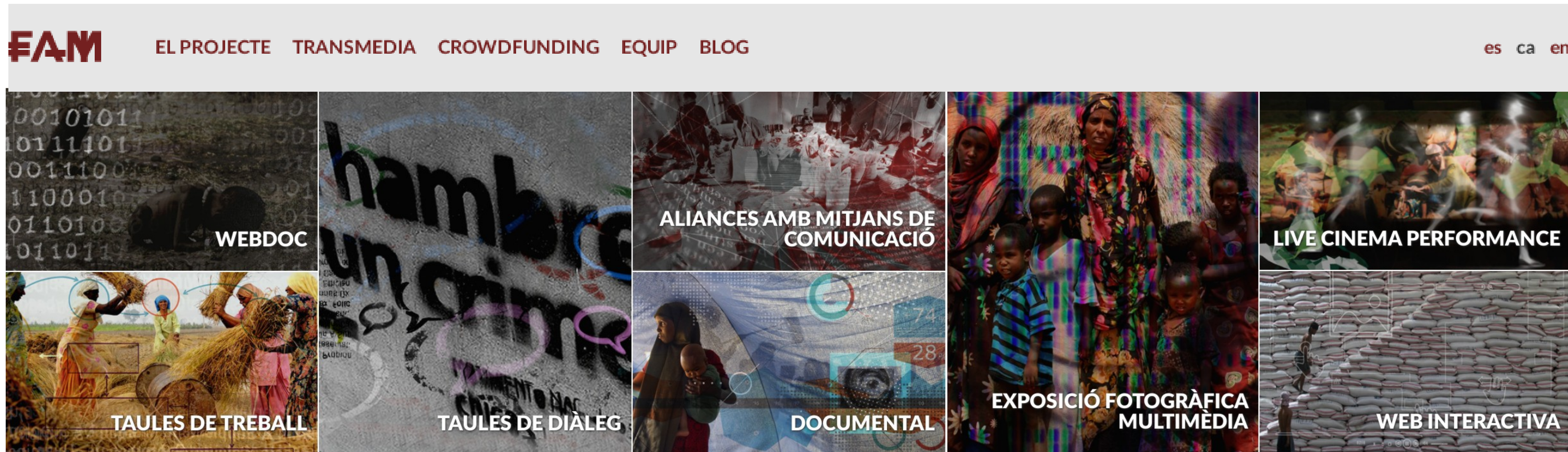
Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa

femPROCOMUNS
Lab COOP

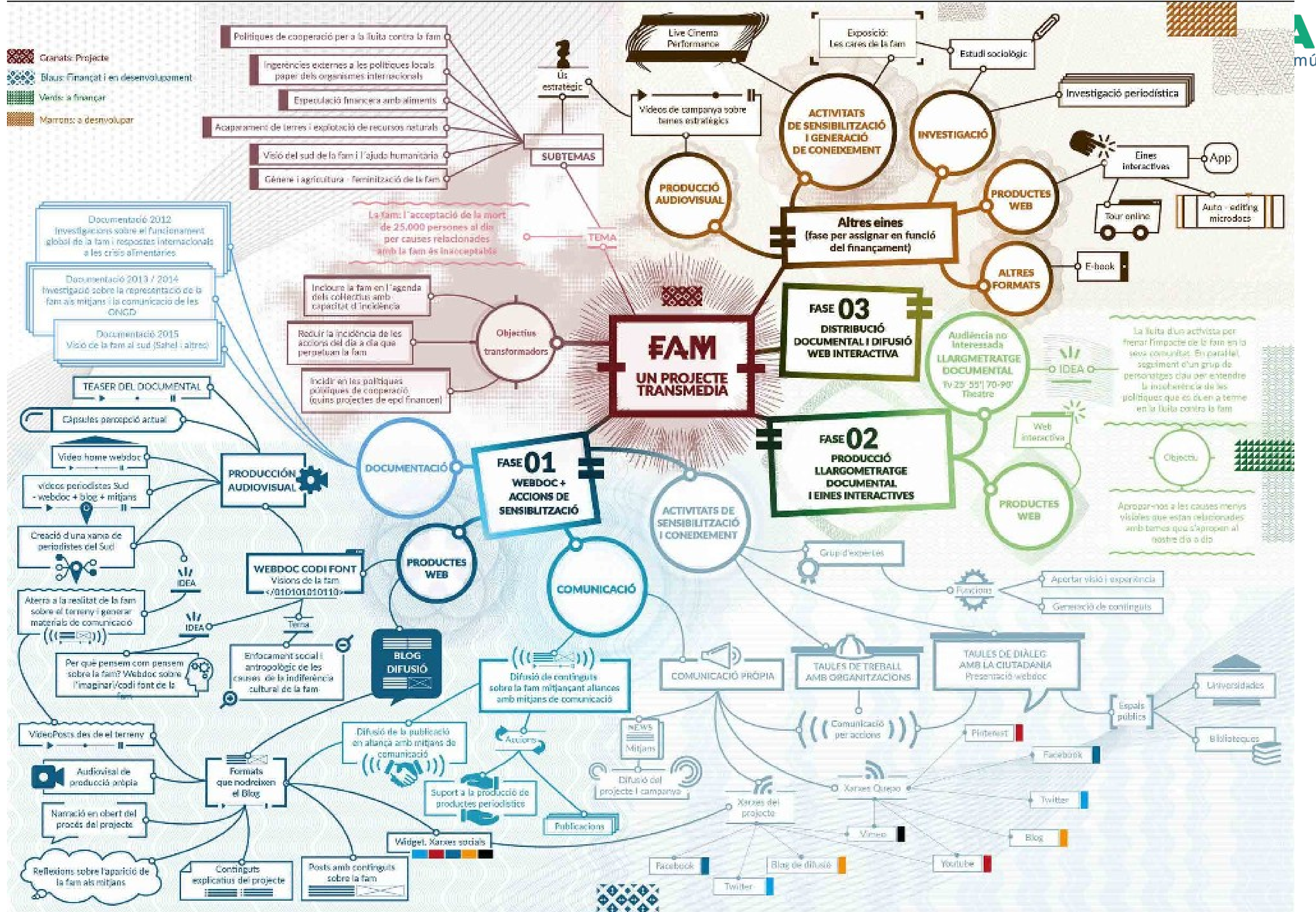
Projecte FAM

Projectes transmèdia, comunicació orgànica i distribuïda

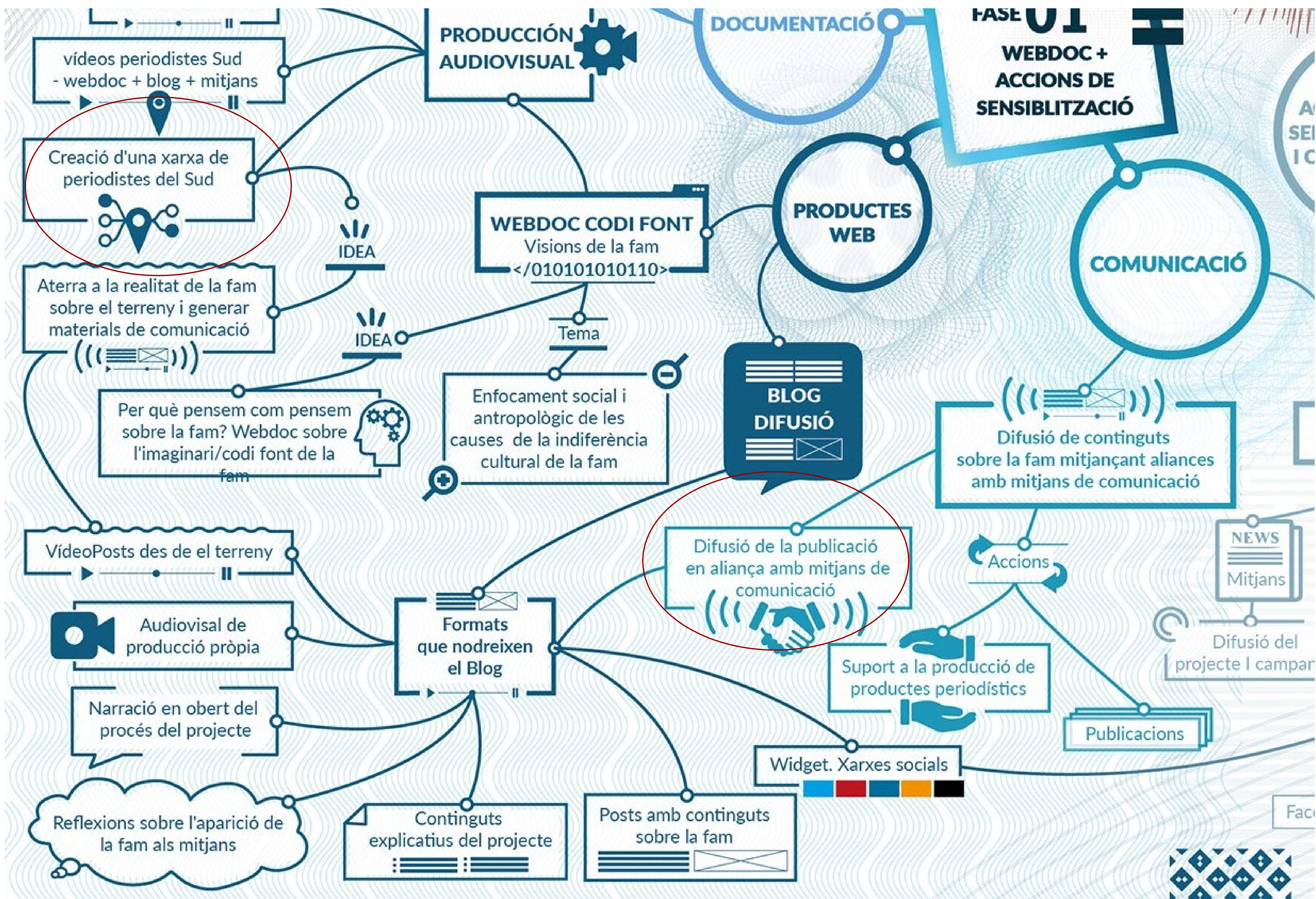
LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú



El projecte de Quepo, explora com abordar la fam com la major tragèdia humana del nostre temps. Mirar la fam sense por, des de les seves causes estructurals, tot assenyalant els responsables directes i buscant les responsabilitats col·lectives compartides. Comunicar la fam des de la narració múltiple d'un univers transmèdia: una eina per a cada història, una història per a cada públic. Transformar per erradicar.



Granats: Projecte
Blaus: Finançat i en desenvolupament
Verds: a finançar
Marrons: a desenvolupar
Polítiques de cooperació per a la lluita contra la fam
Ingerències externes a les polítiques locals paper dels organismes internacionals
Especulació financera amb aliments
Acaparament de terres i explotació de recursos naturals
Visió del sud de la fam i l'ajuda humanitària
Gènere i agricultura - feminització de la fam
Ús estratègic
SUBTEMAS
TEMA
La fam: l'acceptació de la mort de 25.000 persones al dia per causes relacionades amb la fam és inacceptable
Live Cinema Performance
Vídeos de campanya sobre temes estratègics
Exposició: Les cares de la fam
Estudi sociològic
Investigació periodística
ACTIVITATS DE SENSIBILITZACIÓ I GENERACIÓ DE CONEIXEMENT
INVESTIGACIÓ
PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL
Eines interactives
App
Tour online
Auto - editing microdocs
PRODUCTES WEB
Altres eines (fase per assignar en funció del finançament)
ALTRES FORMATS
E-book
Documentació 2012 Investigacions sobre el funcionament global de la fam i respostes internacionals a les crisis alimentàries
Documentació 2013 / 2014 Investigació sobre la representació de la fam als mitjans i la comunicació de les ONGD
Documentació 2015 Visió de la fam al sud (Sahel i altres)
Incloure la fam en l'agenda dels col·lectius amb capacitat d'incidència
Reduir la incidència de les accions del dia a dia que perpetuen la fam
Incidir en les polítiques públiques de cooperació (quins projectes de epd financen)
Objectius transformadors
FAM
UN PROJECTE TRANSMEDIA
FASE 03
DISTRIBUCIÓ DOCUMENTAL I DIFUSIÓ WEB INTERACTIVA
Audiència no interessada
LLARGMETRATGE DOCUMENTAL
Tv 25' 55' | 70-90' Theatre
IDEA
La lluita d'un activista per frenar l'impacte de la fam en la seva comunitat. En paral·lel, seguiment d'un grup de personatges clau per entendre la insolvència de les polítiques que es duen a terme en la lluita contra la fam
Objectiu
Apropar-nos a les causes menys visibles que estan relacionades amb temes que s'apropen al nostre dia a dia
Web interactiva
FASE 02
PRODUCCIÓ LLARGOMETRATGE DOCUMENTAL I EINES INTERACTIVES
PRODUCTES WEB
TEASER DEL DOCUMENTAL
Càpsules percepció actual
Vídeo home webdoc
vídeos periodistes Sud - webdoc + blog + mitjans
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓ
FASE 01
WEBDOC + ACCIONS DE SENSIBILITZACIÓ
ACTIVITATS DE SENSIBILITZACIÓ I CONEIXEMENT
Creació d'una xarxa de periodistes del Sud
IDEA
WEBDOC CODI FONT
Visions de la fam
</010101010110>
PRODUCTES WEB
COMUNICACIÓ
Grup d'experts
Funcions
Aportar visió i experiència
Generació de continguts
Apropar a la realitat de la fam sobre el terreny i generar materials de comunicació
IDEA
Tema
Per què pensem com pensem sobre la fam? Webdoc sobre l'imaginari/codi font de la fam
Enfocament social i antropològic de les causes de la indiferència cultural de la fam
BLOG DIFUSIÓ
Difusió de continguts sobre la fam mitjançant aliances amb mitjans de comunicació
COMUNICACIÓ PRÒPIA
TAULES DE TREBALL AMB ORGANITZACIONS
TAULES DE DIÀLEG AMB LA CIUTADANIA
Presentació webdoc
Universitats
Espais públics
Biblioteques
Comunicació per accions
NEWS
Mitjans
Difusió del projecte i campanya
Pinterest
Facebook
Twitter
Blog
Youtube
Vimeo
Xarxes Quepo
Xarxes del projecte
Facebook
Twitter
Blog de difusió
VideoPosts des de el terreny
Audiovisual de producció pròpia
Narració en obert del procés del projecte
Reflexions sobre l'aparició de la fam als mitjans
Formats que nodreixen el Blog
Difusió de la publicació en aliança amb mitjans de comunicació
Accions
Suport a la producció de productes periodístics
Publicacions
Widget. Xarxes socials
Continguts explicatius del projecte
Posts amb continguts sobre la fam



DOCUMENTACIÓ
FASE 01
WEBDOC + ACCIONS DE SENSIBLITZACIÓ
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
vídeos periodistes Sud - webdoc + blog + mitjans
Creació d'una xarxa de periodistes del Sud
IDEA
Aterra a la realitat de la fam sobre el terreny i generar materials de comunicació
IDEA
WEBDOC CODI FONT
Visions de la fam
</010101010110>
Tema
PRODUCTES WEB
COMUNICACIÓ
Per què pensem com pensem sobre la fam? Webdoc sobre l'imaginari/codi font de la fam
Enfocament social i antropològic de les causes de la indiferència cultural de la fam
BLOG DIFUSIÓ
Difusió de continguts sobre la fam mitjançant aliances amb mitjans de comunicació
VídeoPosts des de el terreny
Difusió de la publicació en aliança amb mitjans de comunicació
Accions
NEWS
Mitjans
Audiovisal de producció pròpia
Formats que nodreixen el Blog
Difusió del projecte I campan
Suport a la producció de productes periodístics
Narració en obert del procés del projecte
Publicacions
Widget. Xarxes socials
Reflexions sobre l'aparició de la fam als mitjans
Continguts explicatius del projecte
Posts amb continguts sobre la fam

FASE 01
WEBDOC + ACCIONS DE SENSIBLITZACIÓ

ACTIVITATS DE SENSIBILITZACIÓ I CONEIXEMENT

FASE 02
PRODUCCIÓ LLARGOMETRATGE DOCUMENTAL I EINES INTERACTIVES

interactiva

PRODUCTES WEB

Apropa
visible
amb

ES

COMUNICACIÓ

Grup d'expertes

Funcions
Aportar visió i experièn
Generació de contingu

Difusió de continguts sobre la fam mitjançant aliances amb mitjans de comunicació

COMUNICACIÓ PRÒPIA

TAULES DE TREBALL AMB ORGANITZACIONS

TAULES DE DIÀLEG AMB LA CIUTADANIA
Presentació webdoc

Espais públics

Accions

NEWS
Mitjans

Comunicació per accions

Pinterest

Facebook

a la producció de
ctes periodístics

Difusió del projecte I campanya

Xarxes Quepo

Twitter

Xarxes del projecte

Publicacions

socials

Vimeo

Blog

Facebook

Blog de difusió

Youtube

Twitter

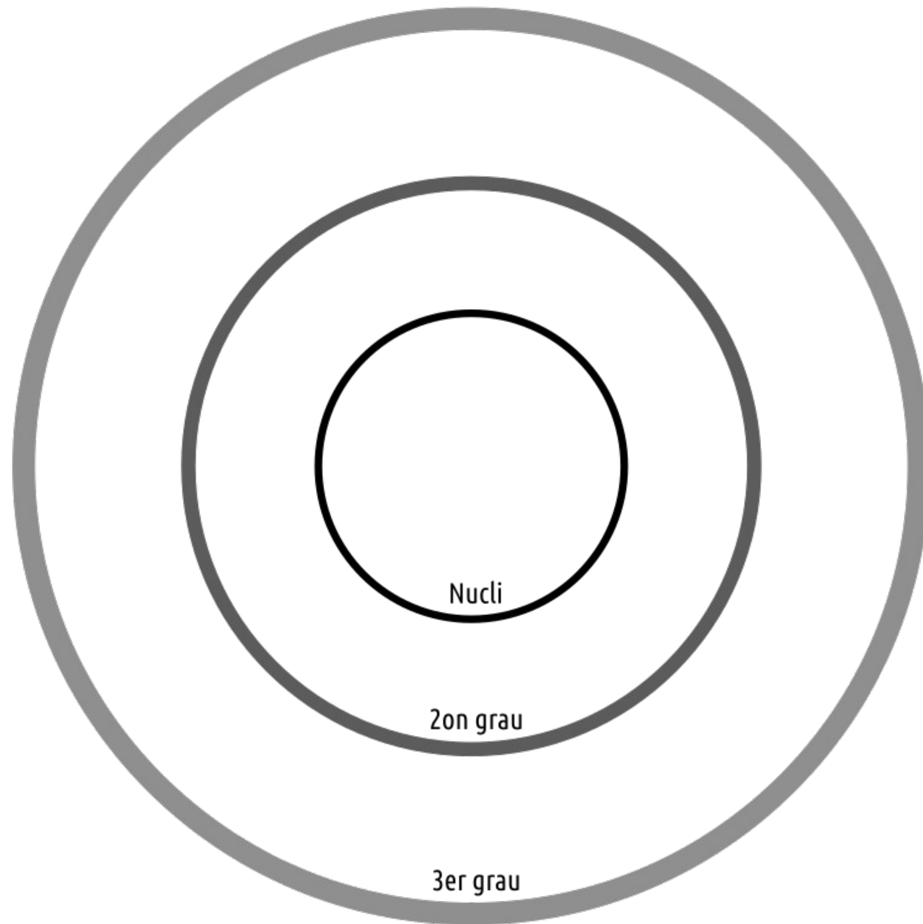
Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa

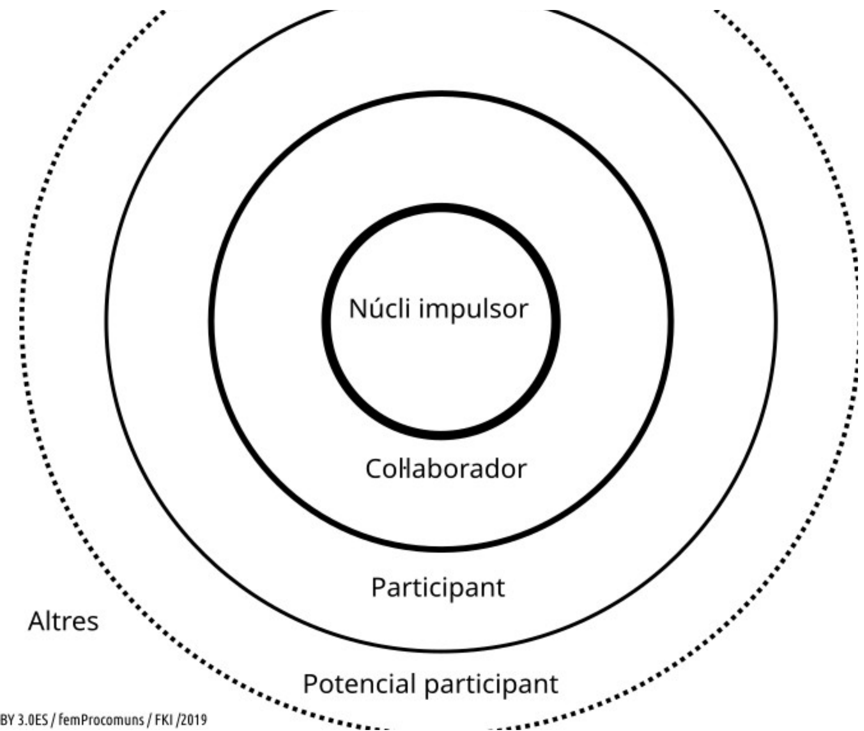
femPROCOMUNS
COOPERATIVA · COL·LABORACIÓ · DESCENTRALITZACIÓ · AUTOGESTIÓ · EQUITAT · SOSTENIBILITAT · DISTRIBUCIÓ · INTERCANVI · MUTUALITAT · RECIPROCITAT · REPLICABILITAT · CONEIXEMENT I PROGRAMARI LLIURE

Lab COOP

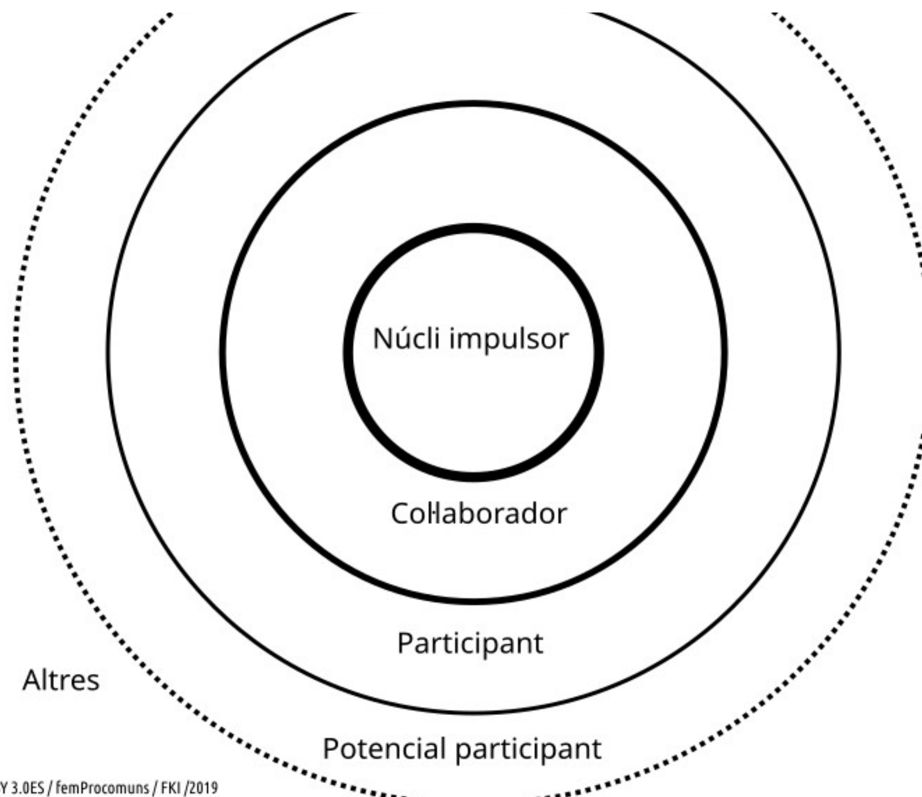
Comunitat relacional:
El grup de persones que gestionen, tenen cura de i treuen profit del bé comú

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú





Comunitat relacional al Projecte FAM - Graus d'implicació



Núcli impulsor/Grup executor
Integrat per professionals de … que donen suport activament al projecte + voluntàries (professionals o no) que volen que el projecte existeixi i sigui sostenible.

Col·laboradores
Expertes, especialistes, per acompanyar i assessorar el núcl impulsor. Asssegura la qualitat, la profunditat, els valors,...del projecte
Mitjans de comunicació, persones mediàtiques,...
Institucions públiques
Organitzacions (ONGs)
Ciutadanes sensibilitzades (faciliten la comunicació pública del projecte en xarxes socials, xerrades, blogs,...)
Cooperatives o empreses que donen suport en àrees concretes del projecte.

Participants (compromeses)
Persones compromeses amb el projecte, que s'hi implicaran directament i a més en seran usuàries.
Persones interessades, predisposades a rebre informació del projecte, a utilitzar-lo ocasionalment, fer-ne difusió i sensibilitzar altres persones.

Potencials participants (conscienciades)
Persones que poden arribar-se a comprometre amb el projecte, pot ser que el coneguin però no s'han sentit interpel·lades.

Altres

Casos

Som Energia

Ets aquí: WEB | Fes-te'n soci/a | Contracta la llum



Qui som? | Serveis que oferim | Participa | Blog | Oficina Virtual | Centre d'Ajuda

Nombre de socis/es: 64.584 | Nombre de contractes: 111.461 | Producció: 17 GWh/any

Fes-te'n soci/a

Contracta la llum

Produeix energia

Participa

Nom | Correu Electrònic | Subscriu-te a les Notícies

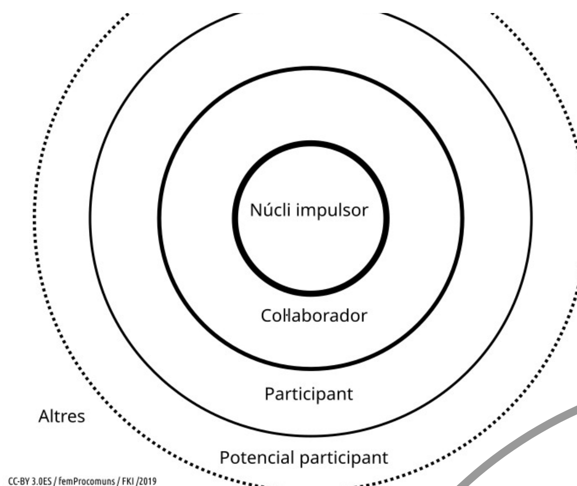
He llegit i accepto la política de privacitat

Ajuntament de Barcelona | Barcelona Activa

femPROCOMUNS
COOPERATIVA · COL·LABORACIÓ
DESCENTRALITZACIÓ · AUTOGESTIÓ
EQUITAT · SOSTENIBILITAT · DISTRIBUCIÓ · INTERCANVI · MUTUALITAT
RECIPROCITAT · REPLICABILITAT
CONEIXEMENT I PROGRAMARI LLIURE

Lab COOP

(2009)



col·laboradores
grup conscienciat
ex-alumnes i profes
de la Uni. de Girona
i altres
col·laboradores

núcli impulsor / grup executor

comunitat
d'usuàries, participants,
sòcies, membres

som energia

(2019)

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Socis autoproductors

Socis Inversió de capital

Referents
Ecopower, Enercoop, Greenpeace Energy

núcli impulsor

grup **executor alliberat**

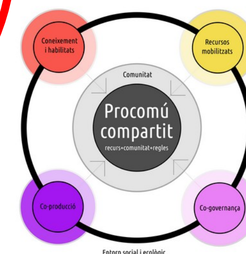
comissions de treball
(socis voluntaris)
comercialització, projectes, comunicació, educació,...

Socis Generation KwH

col·laboradores
empreses proveïdores

Grups Locals
uns 60 a tot Espanya
Difonen el projecte, busquen socis, busquen projectes d'energia renovable

Projectes germans
Som Mobilitat
Som Connexió



Escola de Som Energia
Participants (sòcies i visitants)

Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa

femPROCOMUNS

LabCOOP
Laboratori d'emprenedoria social cooperativa

som energia

(2019)

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Socis autoproductors

Assemblea General

Referents
Ecopower,
Enercoop,
Greenpeace
Energy

núcli impulsor

grup executor alliberat

comissions de treball
(socis voluntaris)
comercialització,
projectes,
comunicació,
educació,...

Socis Inversió de capital

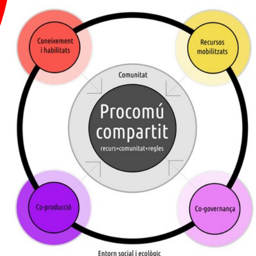
Socis Generation KwH

Consell Rector

col·laboradores
empreses
proveïdores

Grups Locals
uns 60 a tot Espanya
Difonen el projecte,
busquen socis,
busquen projectes
d'energia renovable

Projectes germans
Som Mobilitat
Som Connexió



Escola de Som Energia
Participants (sòcies i visitants)

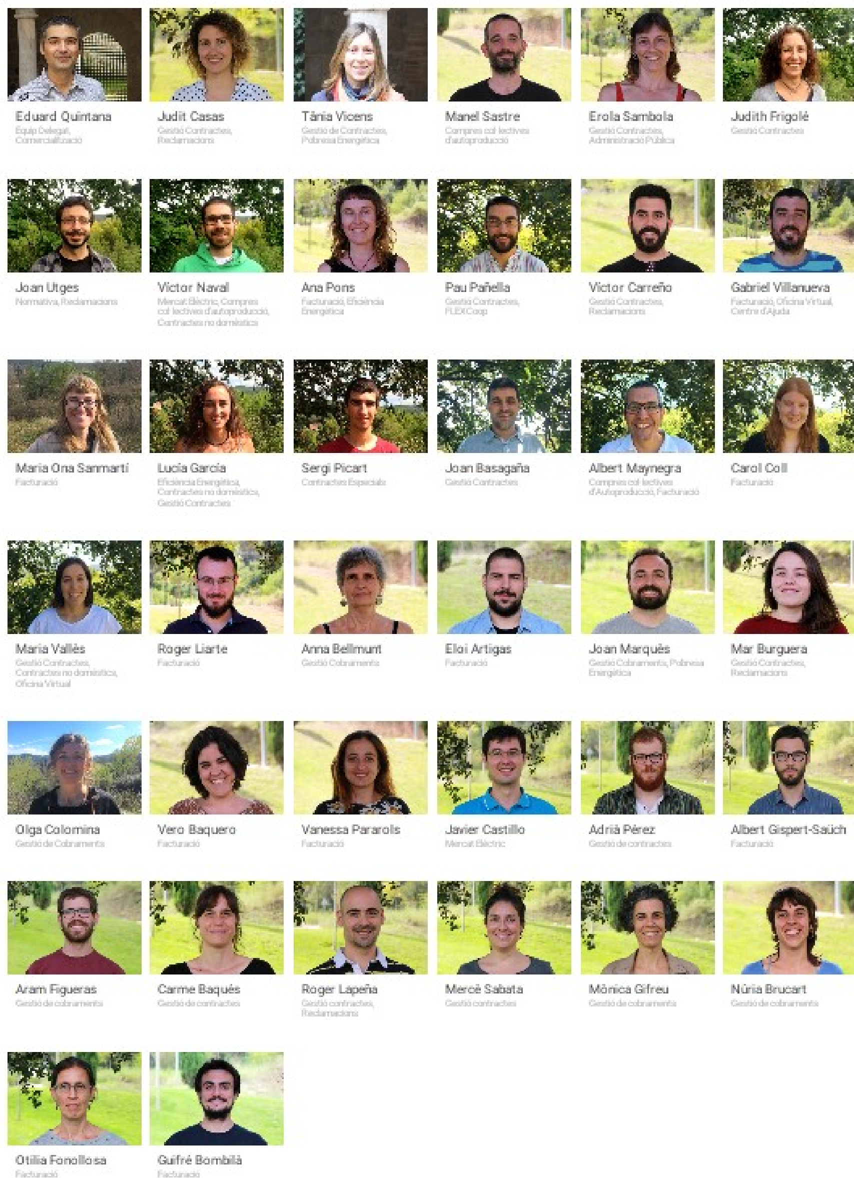
Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa
femPROCOMUNS
Lab COOP

Comercialització

Grup executor

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Comercialització



Generació Renovable

Generació Renovable



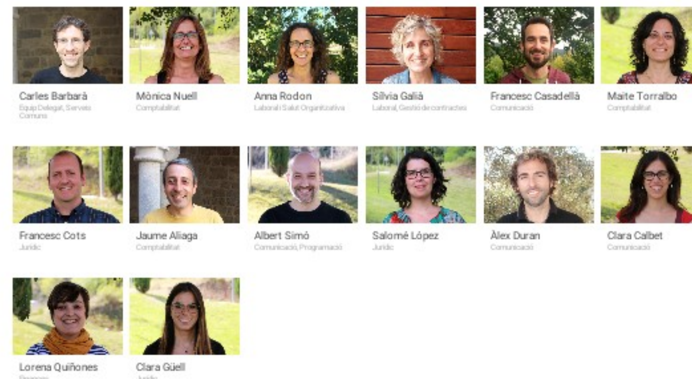
Cultura Energètica

Cultura energètica



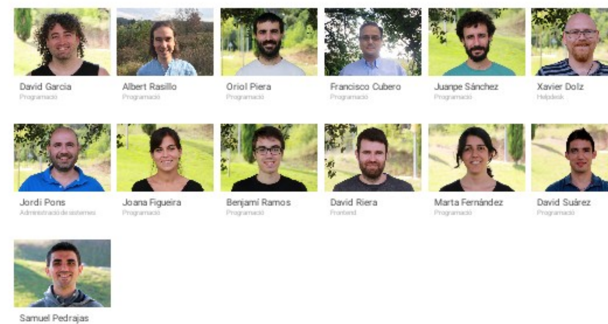
Serveis Comuns: Laboral, Comptabilitat, Jurídic, Finances, Comunicació

Serveis comuns



IT

IT



Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa

femPROCOMUNS
Lab COOP

L'actual model energètic basat en combustibles fòssils és insostenible.

Cooperativa comercialitzadora independent i compromesa a impulsar un model 100% renovable. Al servei dels socis i sòcies de manera transparent i responsable.

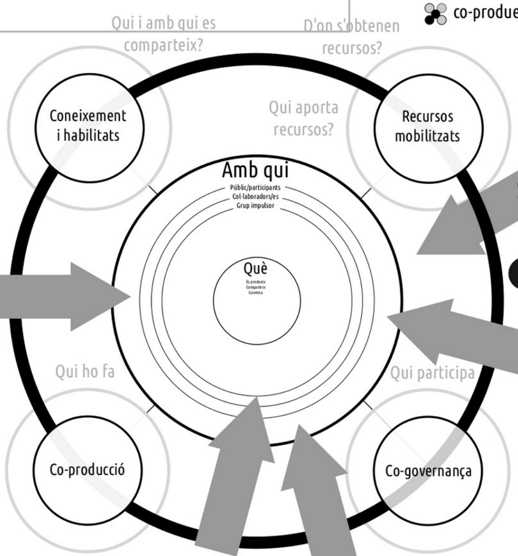
Cooperatives d'energia verda (SomMobilitat, SomConnexió,..)
Referents: Ecopower, Enercoop, Greenpeace Energy,...

Comercialització: gestió de contractes, facturació, reclamacions, cobraments,
Generació renovable:
Cultura Energètica: grups locals, cooperativa, participació i intercooperació
Serveis comuns: jurídic, comunicació, comptabilitat, laboral, finances

ecologistes, investigadors, productors i/o consumidors d'energia verda,

Comissions de treball: comercialització electricitat, projectes (solar fotovoltàica, eòlica,...), comunicació, eduació,..
Tasques dels grups locals: difondre el projecte, buscar socis, buscar projectes d'energia renovable

Qualsevol persona particular, cooperativa, empresa, associació, fundació, etc.



Llenços

Pla de comunicació tradicional

Equip de direcció
Desenvolupa el pla estratègic

->

Equip de comunicació
Planifica i executa la comunicació del projecte

Pla de comunicació i participació orgànica i distribuïda

Equip executor, col·laboradores, participants i usuàries

Desenvolupen el pla estratègic i executen la comunicació i faciliten la participació en el projecte

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Planificació i execució de la comunicació i participació en un projecte col·lectiu

1. Anàlisi de la situació actual
2. Planificació i calendarització d'objectius i estratègia
3. Execució (accions i tècniques)
   - ➢ Cicle de vida del participant
   - ➢ Experiència del participant
   - ➢ Itinerari de participació
4. Mètriques i avaluació
5. Quadre de comunicació

Equip executor, col.laboradors, participants i usuàries puguin contribuîr i fer-se seva la comunicació del projecte

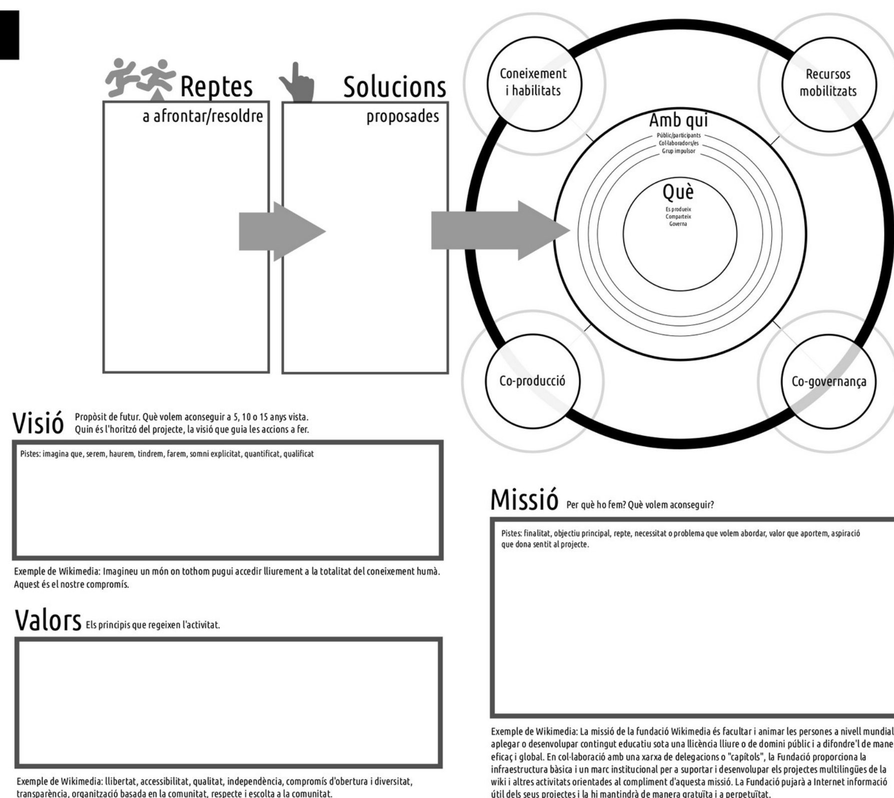
1. Anàlitzar situació actual

a. Narrativa

Explicar el que es fa - *el particular*

QUI SOM? QUÈ FEM? I COM HO FEM?

(Pistes: activitats, àmbits de treball, serveis, projectes, persones destinatàries, territori d'actuació...)



És tant important que el projecte encaixi amb la Missió, Visió i Valors, com que les persones i col·lectius vinculats els coneguin i comparteixin

Crear un discurs bàsic sobre el projecte - *el global*

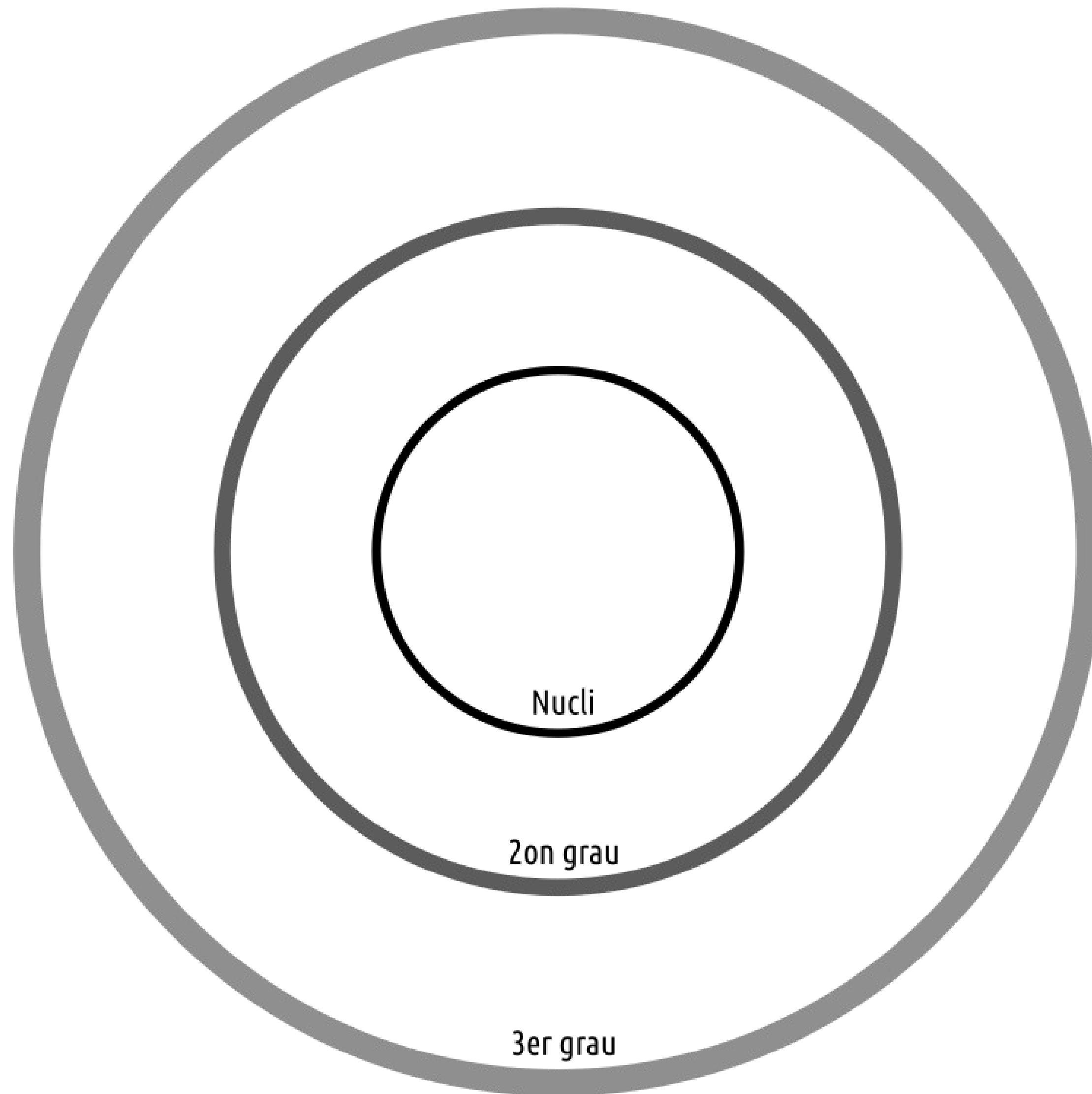
MISSIÓ: PER A QUÈ HO FEM?
(Pistes: propòsit, finalitat, objectiu principal; problema que volem abordar, valor que aportem; gran aspiració que dóna significat al projecte)

VISIÓ: QUÈ ENS PROPOSEM EN UN FUTUR? COM VOLEM QUE SIGUI AQUEST PROJECTE? QUÈ VOLEM QUE PASSI/FACI EN 10 ANYS?
(Pistes: somni explicitat, concretat, quantificat; l'any 2028 serem, farem, haurem, tindrem...)

VALORS: ELS PRINCIPIS QUE CONFIGUREN L'ACTIVITAT

1. Anàlisi de la situació actual

a. Narrativa Qui som?



- → Amb quins registres lingüístics s'està parlant, haurien de canviar?
- → Per quins canals de comunicació s'estan comunicant, estan funcionant, la comunicació és fluïda? quins es poden afegir o canviar?
- → Segmentació dins de cada grup

2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los.
Relacions amb comunitats i aliats, gestió de pressupostos.
Núcli impulsor, equip operatiu o executor

Quins són els objectius que ens hem marcat en el Pla estratègic del projecte

Per exemple:

- ➔ 10/19 i 11/19 - Donar a conèixer l'existència del projecte
- ➔ 2020 - Identificar i arribar a la comunitat o comunitats/ ampliar o consolidar l'equip operatiu
- ➔ 2021 - Que un nombre X de persones faci el salt d'una proposta extractivista a la nostra

Planificar les accions a desenvolupar per aconseguir aquests objectius

- ➔ Gestionar pressupostos/hores disponibles: campanyes de comunicació, publicitat, esdeveniments,...
- ➔ Definir les metes que volem aconseguir
  (clars, concrets, mesurables, realistes, limitats en el temps).

Identificar ~~públics~~ comunitats clau en aquestes accions:

- ➔ ~~Audiències internes / externes~~ Col.laboradors, participants, usuaris,...
- ➔ Potencials participants i usuàries/ Altres
  - ◆ Grups d'interès, comunitats de pràctica, comunitats nínxol
    (Demografia, interessos, hàbits)
  - ◆ joves, estudiants, emprenedors, dones, desocupats, jubilats, ...
- ➔ Aliats principals / secundaris:
  - ◆ Responsables polítics, mitjans de comunicació, associacions, sindicats, líders d'opinió, grups empresaria
    blocaires, ...

2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los.

Relacions amb comunitats i aliats, gestió de pressupostos.

Núcli impulsor, equip operatiu o executor

COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Beta 06

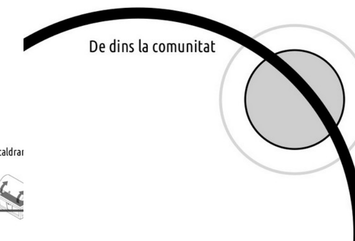
Qui aporta què

D'on s'obtenen els recursos
A canvi de què

Del procomú obert

Del mercat social

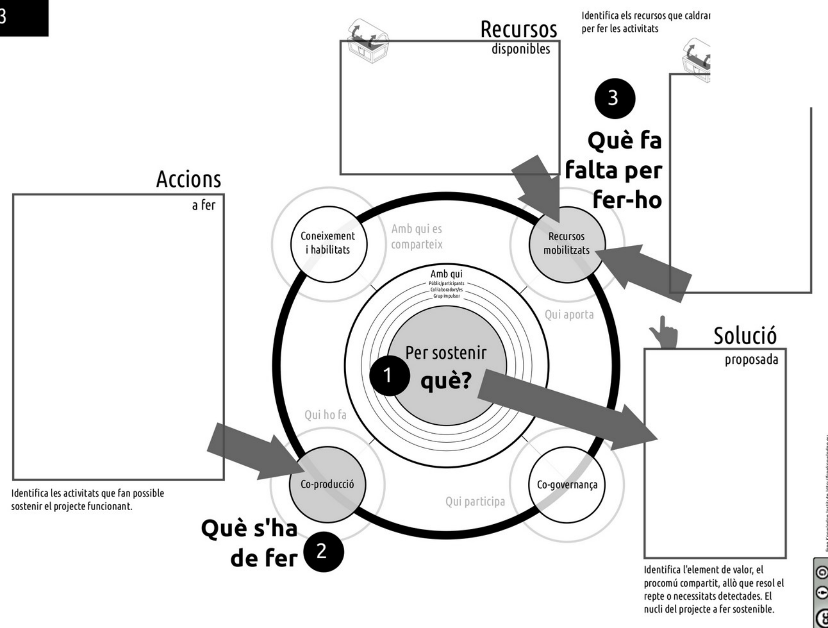
Del mercat capitalista



De les administracions públiques

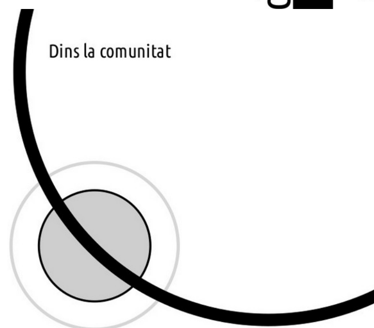
Beta 03

del de sostenibilitat procomú
Què fer, amb què



Beta 05

Qui ha de fer què



Al mercat social

Al mercat capitalista

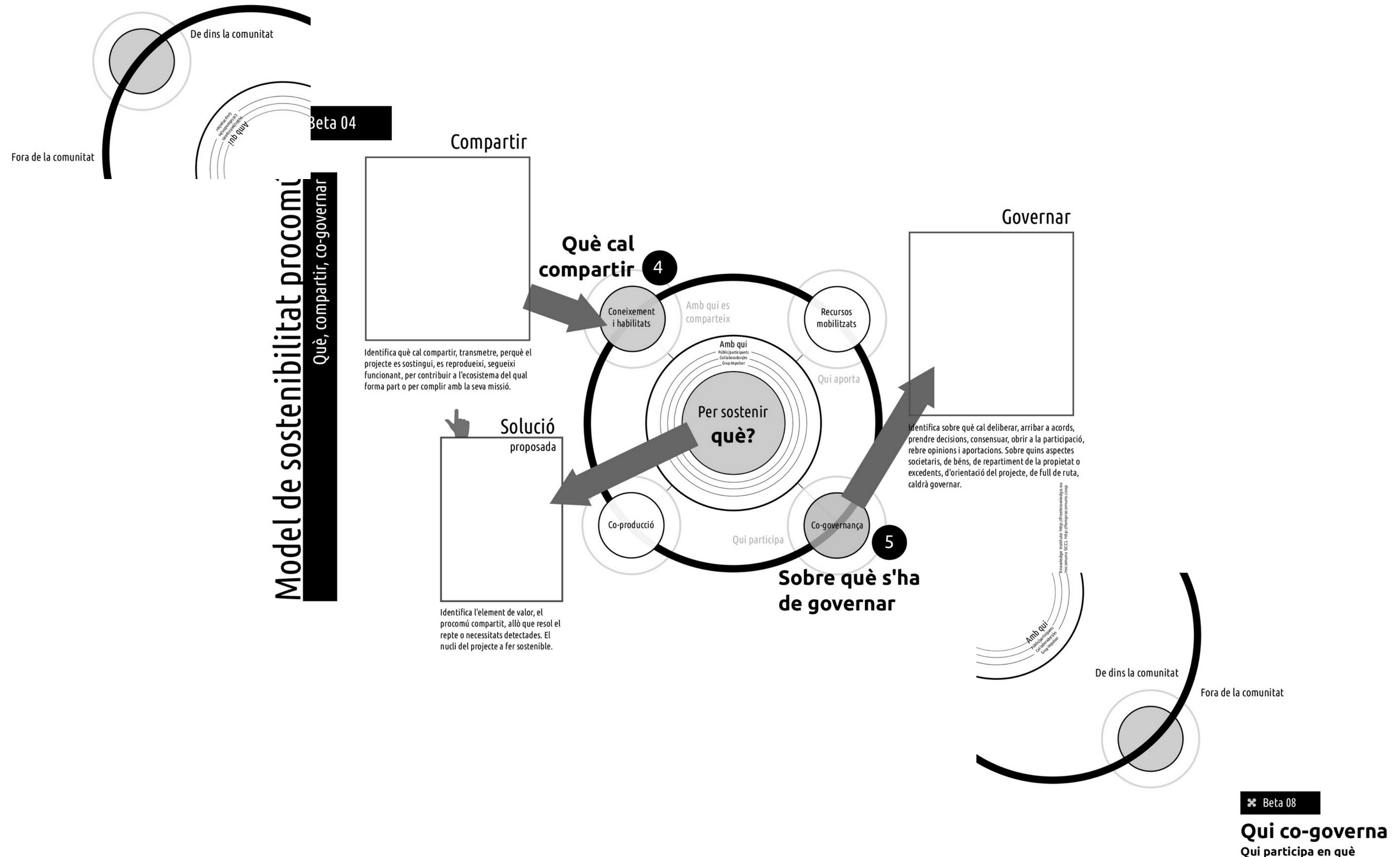
Altres

2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los
Relacions amb comunitats i aliats

Què podem compartir amb altres projectes propers?

- ➔ Relat sobre la transformació de l'economia o sobre coneixement obert i cultura lliure
  - Missatges: "desconnectem del capitalisme"
  - Materials comunicables, adaptables i reutilitzables (arxius font amb pautes per modificar-los)
- ➔ Compartir el marc estratègic i objectius comunicatius perquè qualsevol pugui generar materials en base a aquests
- ➔ Donar suport a la comunicació d'altres projectes amb els quals compartim valors
- ➔ Utilitzar el diàleg i la confrontació del discurs com a comunicació oberta, no predefinida, en construcció
- ➔ ...

2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los.
Relacions amb comunitats i aliats



2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los.

Calendarització - metes

COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú



Ajuntament de Barcelona
Barcelona Activa

femPROCOMUNS
COOPERATIVA · COL·LABORACIÓ · DESCENTRALITZACIÓ · AUTOGESTIÓ · EQUITAT · SOSTENIBILITAT · DISTRIBUCIÓ · INTERCANVI · MUTUALITAT · RECIPROCITAT · REPLICABILITAT · CONEIXEMENT I PROGRAMARI LLIURE

Lab COOP

2. Planificar objectius i estratègia per aconseguir-los (comunicació interna)

LaCOMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Plafó de treball

Columnes per organitzar tasques

Projectes

Cerca

Projectes › LaComunificadora › Coordinadora-LaCo › Workboard

Natural · Tasques obertes

Coordinadora-LaCo
Workboard
Oficina-LaCo
Calendari
Membres
Administra

Backlog (Default) 6
- **T707** Actualitzar assistència
- **T706** Mail setmanal dilluns
- **T723** Tutorxs LaCo engegen relacions amb els seus projectes
- **T708** Preparar Jornada Obert 18/12
- **T702** Preparar LaCo en Obert 18/12
- **T628** Prototipar eines de suport mutú de Necessitats-Ofertes

PER-FER 3
- **T672** Reunió Loli i Pere per escriure els continguts de l'activitat
- **T670** Assegurar pagament 2a factura BA
- **T640** Contactar programa Impacte de Amsterdam

FENT 3
- **T712** Recull, seguiment i passar a net avaluacions de les sessions
- **T627** Revisar esquelet estructura projectes LaCo
- **T652** Crear els espais de projectes participants

FET 16
- **T710** Calendari
- **T673** Assignar Tutories
- **T674** Enviar mail individus
- **T713** COMUNITAT: presentació ppt per Assessores
- **T669** Seleccionar les participants d'edicions anteriors que podrien ser col·laboradores i contactar-hi especialment
- **T668** Repassar assessores LaCo2 per Jornada Assessores 20/11

menú personalitzable

➔ Auto-organització: et pots assignar tasques a tu mateix, pots no assignar-les i que qui li sembli s'auto-designi per dur-la a terme.

3. Executar accions per aconseguir els objectius
Tenir cura de la imatge i els missatges que donem.

Quins missatges farem servir?
Continguts escrits / orals:
. Frase clara amb la informació que es vol traslladar - coherència amb la missió i els valors de l'entitat - discurs bàsic sobre el projecte
. Informar sobre les accions que s'estan fent
. Educar i motivar - animar a participar i donar feedback

Continguts visuals:
- logotips, diagrames conceptuals, maquetació, guió d'un vídeo, text d'un tríptic, estructura d'una presentació
- continguts creïbles, originals i ajustats a l'estratègia acordada.

Quines accions posarem en marxa? A curt, mitjà i llarg termini
Canals i mitjans + eines
Esdeveniments, xerrades, jornades, pàgina web, mitjans externs, mitjans interns, xarxes socials, butlletí, email, ...

1. Descobrir: Què, com i perquè // entrevista

Projecte ______________________________ .

femPROCOMUNS

PERFIL DE PARTICIPANT ____

A quina anella està? Nucli impulsor [ ] 1a corona col·laboradores [ ] 1a corona participants [ ]

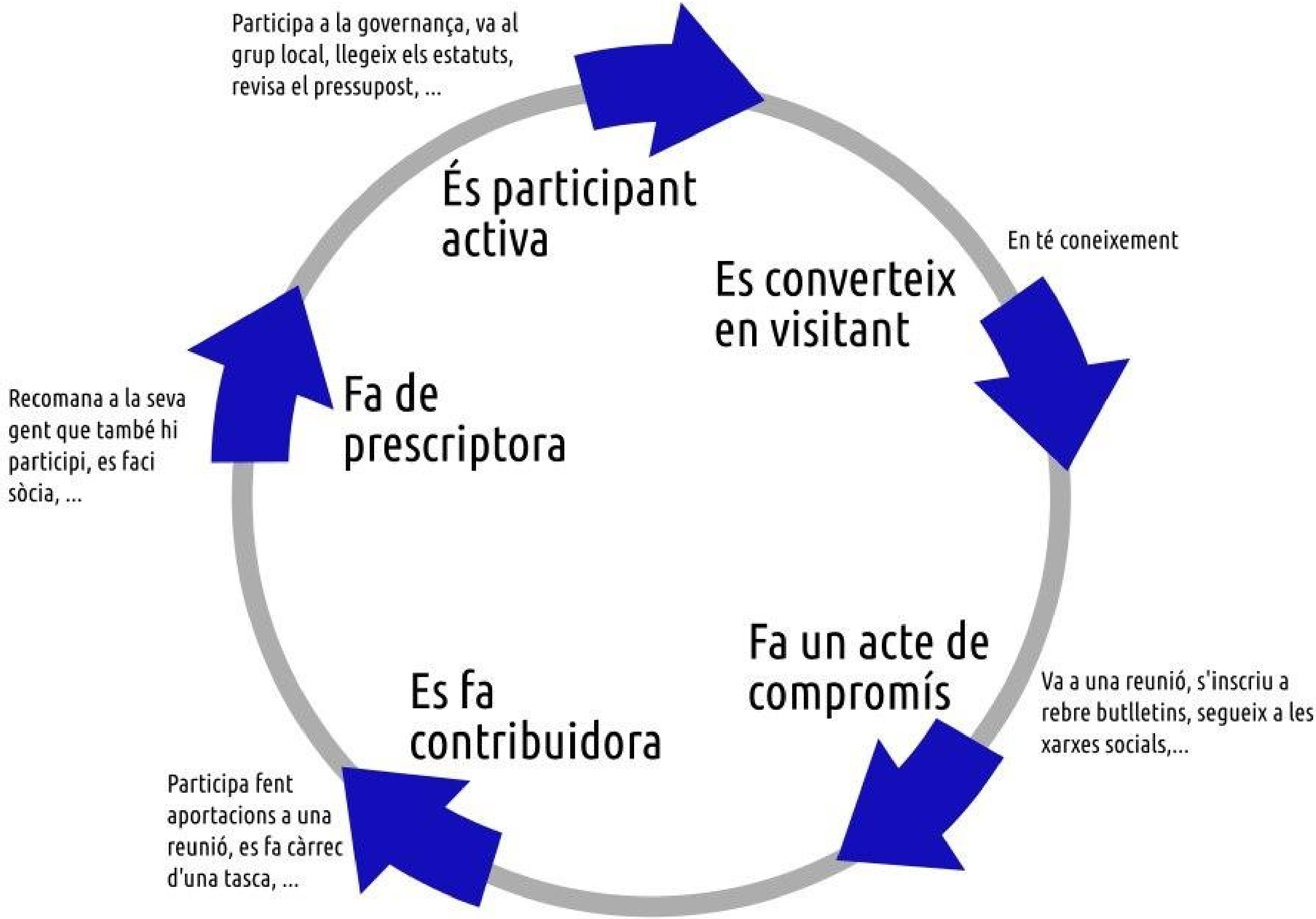
        

Creus que comparteixo el repte o necessitat a resoldre?	Què faria a la comunitat?	Hi ha compensació pel que aporto o el que rebo?	Com sóc?
Quins valors compartim?		És monetaria?	Quins interessos tinc?
Compartiria la visió del projecte?	Què m'aportaria la comunitat?	És d'un altre tipus? Quina?	Quines expectatives tinc del projecte?
Totalment?		Amb quina freqüència?	
Parcialment?			Es compliran? Quan?

Pictogrames de les cares CC-BY-NC-SA de Wotify/Platoniq 2015 http://wotify.eu/blog/tool/user-profile

3. Executar accions per aconseguir els objectius

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú



2. Interpretar: què diu, què fa, què pensa, què sent

Experiència del participant

Una persona arriba a SOM ENERGIA

		CONEIXEMENT	COMPROMÍS	CONTRIBUCIÓ	PRESCRIPCIÓ	PARTICIPACIÓ ACTIVA
Edat **Professió o Interessos** **Perfil**	**Què fa**	40 anys, investigadora universitat, ha viatjat, és vegeteriana, li agrada la música electrònica, treballa molt i els caps de setmana es queda a Barcelona. Descobreix que existeix Som Energia perquè en sent a parlar en un programa de radio de tertulians	Va al web de Som Energia i truca per telèfon al servei de socies	Torna al web de Som Energia, llegeix les condicions, i es fa socia	Li recomana a la seva germana	Descobreix la plataforma participativa de Som Energia en la qual pot participar com a socia i dir la seva en els processos participatius
Objectius	**Què pensa**	Pensa que li preocupa el canvi climàtic i que està farta de no entendre què paga i perquè paga a la factura de la llum	No vol perdre-hi massa el temps, poder fer el canvi de manera fàcil, però també li agrada contribuir al medi ambient i utilitzar l'energia de maner més responsable	Vol que la transició d'una companyia a l'altra sigui fàcil	Li arriba la primera factura i no l'acaba d'entendre	Es vol implicar més i pensa que anirà a una assamblea general a més li expliquen que s'ha obert una nova opció d'inversió per autoproducció compartida.
Motivació	**Què sent**	Li mola pensar que hi ha la possibilita de canviar de companyia distribuidora i poder dir bye bye a la companyia de sempre	Està contenta perquè li responen a la primera trucada, la persona que l'atén és molt clara i entenedora i propera, la convida a visitar el web de Som Energia i veure les Preguntes Freqüents, li diu que li enviarà informació per email, la convida a anar a l'assamblea del grup local, o a accedir al compte de SomEnergia a Facebook o Twitter per contactar amb gent que ja és socia	Està contenta perquè en un moment ha pogut respondre totes les preguntes i s'ha fet socia	Pensa que anirà a la xerrada que han organitzat en el Centre Civic del barri sobre com entendre una factura, i hi li dirà a la seva germana que li acompanyi	Està una mica espantada d'invertir els seus estalvis en un projecte que no coneix massa.
Barreres	**Què en treu**	Li fa pal haver de convertir-se en socia d'una cooperativa, haver de pagar 100 euros només per ser-ne sòcia, no saber si val la pena fer-ho o no i si es pot trobar amb problemes inesperats	No vol anar a l'assamblea perquè és una pèrdua de temps, el Facebook no li agrada, i busca a Twitter i veu que la seva veïna Anna ja n'és socia		Li expliquen que pot demanar un assessorament energètic a famílies/ que pot apadrinar la seva germana/…	S'apunta a l'Escola de Som Energia, fa amics, coneix l'amor de la seva vida, i l'espai on molt aviat trobarà la feina dels seus somnis.

3. Executar accions per aconseguir els objectius

LA COMUNIFICADORA
programa d'impuls de l'economia col·laborativa procomú

Experiència del participant

Una persona arriba a NOM DEL PROJECTE

		CONEIXEMENT	COMPROMÍS	CONTRIBUCIÓ	PRESCRIPCIÓ	PARTICIPACIÓ ACTIVA
Edat	Què fa					
Professió o interessos						
Perfil						
Objectius	Què pensa					
Motivació	Què sent					
Barreres	Què en treu					

3. Executar accions per aconseguir els objectius

3. Idear: com ho faríem perquè la persona pugui tenir aquesta experiència?

Informació temàtica general
Informació sobre el projecte
Crida a l'acció
Acció

Itinerari de participació

Una persona arriba a NOM DEL PROJECTE

	CONEIXEMENT	COMPROMÍS	CONTRIBUCIÓ	PRESCRIPCIÓ	PARTICIPACIÓ ACTIVA
Presencial	Xerrada informativa a les escoles, universitats,... Xerrada informativa a la seu de NOM DEL PROJECTE	Trobades grups locals, formacions sobre temes relacionats amb el projecte, participacions a hackatons,	Full possiblitat d'invertir en el projecte,..., formulari per associar-se, formulari per contractar un servei,...	Xerrada informativa sobre com apadrinar, fer assessoraments col·lectius,	Assamblea general, reunions de grups locals, ... Escola, forums, trobades, jornades, d'aprenentatge i formació col.lectiva
Web/plataf. participació	Informació clara i ben ordenada, blog,...	Inscripció a la plataforma de participació,	Processos participatius oberts, possiblitat d'invertir en el projecte,..., formulari per associar-se, formulari per contractar un servei,...	Espai on apadirnar o sol.licitar assessoraments col.lectius	Plataforma de participació on contribuir en el debat amb preguntes, comentaris, etc.
Telèfon/mail	Servei d'atenció telefònica, mail	Servei de butlleti, Servei d'atenció telefònica, mail	Servei d'atenció telefònica, mail	Servei d'atenció telefònica, mail	Servei d'atenció telefònica, mail
Whatsapp / Telegram	Postal informativa general (ex. com entendre factura de la llum)	Postal i missatge per informar de l'existència de formacions, participació en esdeveniments, hackatons,...	Postal missatge per explicar com invertir en el projecte, associar-se, contribuir,...	Postal missatge per explicar com fer un apadrinament, demanar un assessorament,...	Postal missatge sobre convocatòria Assamblea general, reunions de grups locals, ... Escola, forums, trobades, jornades, d'aprenentatge i formació col.lectiva
Twitter / Facebook	Postal informativa general (ex. com entendre factura de la llum)	Postal i missatge per informar de l'existència de formacions, participació en esdeveniments, hackatons,...	Postal missatge per explicar com invertir en el projecte, associar-se, contribuir,...	Invitar a repiular, compartir,...	Anar a parar a la plataforma de participació
TV/Radio / Premsa	Participació tertúlia / Facilitació d'informació sobre PROJECTE o sobre tema relacionat del sector	Particpació en peça en què es menciona l'existencia de formacions, participació en esdeveniments, hackatons,...	Particpació en una peça en què s'explica com invertir en el projecte, associar-se, contribuir,...	Particpació en una peça en què s'explica que existeixen assessoraments col.lectius, apadrinaments,...	Participació en una peça en que s'explica que hi ha hagut o hi haurà Assamblea general, reunions de grups locals, ... Escola, forums, trobades, jornades, d'aprenentatge i formació col.lectiva

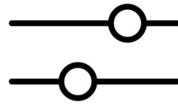
Viatge transmèdia

Una persona arriba a NOM DEL PROJECTE

	CONEIXEMENT	COMPROMÍS	CONTRIBUCIÓ	PRESCRIPCIÓ	PARTICIPACIÓ ACTIVA
Presencial					
Web/plataf. participació					
Telèfon/mail					
WhatsApp / Telegram					
Twitter / Facebook					
TV/ Radio / Premsa					

4. Valorar i mesurar. Escolta activa.Què obtindrem quan haguem aconseguit els objectius? Sostenibilitat, visibilitat, influència, participació, ...

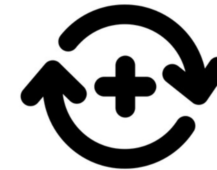
Poques mètriques



Pensar una mica



Fer iteracions



Què mesurem, perquè i quan

. Prendre la temperatura d'on som. Fer una radiografia, identificar tendències
. Avaluar les estratègies implementades en el pla de comunicació. Mesurar l'efectivitat, corregir desviacions importants, per elaborar informes, justificar,...
. Contrastar i valorar el que està passant i el que volíem que passés o pensàvem que passaria.
En quins períodes: setmana, quinzenal, mensual, trimestral
Què canviarem en funció dels resultats que obtinguem
. Estem mesurant el comportament adequat?
Per exemple: Si volem una major implicació, què i com ho mesurem?
. Com identificarem les variacions, i no només la mitja?
. Estem mesurant des del principi del projecte?

4. Valorar i mesurar. Què obtindrem quan haguem aconseguit els objectius? Sostenibilitat, visibilitat, influència, participació, ...

Major repte, perquè hi ha diferents fonts de dades

Com valorar quin mitjà és més útil: incrementa el nombre de visitants, més temps a la plataforma, més continguts compartits,
Ha de mostrar quina utilitat aporta cada mitjà
El nombre de visites no és una mesura d'èxit (mètriques de vanitat)

Treure conclusions per definir de nou l'estratègia:

- ➔ On som? Hem aconseguit els objectius que ens havíem planejat?
  - ◆ Donar a conèixer l'existència del projecte
  - ◆ Identificar i arribar a la comunitat o comunitats/ ampliar l'equip operatiu.
- ➔ Com canviarem el que estem fent, en funció dels resultats que obtinguem, **qui ho decidirà?**

Limitacions:

- Open source
- Protecció de dades

Font: Lisa Gray i Jennifer Wilson - The Feds/ The Project Factory

4. Valorar i mesurar. Què obtindrem quan haguem aconseguit els objectius? Sostenibilitat, visibilitat, influència, participació, ...

Grau d'implicació i mètriques

Per mesurar, iterativament (en cada fase del projecte), el nombre de comunitats i públics rellevants implicats i el seu grau d'implicació, definit en un ordre d'accions: coneixement, acte de compromís, donació i prescripció.

Graus d'implicació:

*** Visitant (Coneixement)**

1. Els equips de treball o agents interns utilitzen els materials de comunicació i parlen públicament del projecte (presencialment, als mitjans de comunicació, o les xarxes socials). La comunitat o públic sap que existeix el projecte, quin és el propòsit, en sent a parlar, el veu a les xarxes socials, als mitjans de comunicació

Mètriques:

- Nombre materials de promoció (online i offline) elaborats
- Nombre d'emails i argumentaris i altres materials de difusió i pedagògics enviats
- Nombre de continguts, articles publicats o mencions, mitjans,... per part de prescriptors, polítics, portaveus
- Nombre de continguts, mencions a les xarxes socials

***Acte de compromís**

2. La persona membre de la comunitat o públic interactúa amb la plataforma/projecte o amb el relat entorn al projecte, s'informa, participa a una trobada o esdeveniment, en parla públicament, (presencialment, als mitjans de comunicació, o a les xarxes socials).

Mètriques:

- Nombre de persones participants a trobades presencials o esdeveniments
- Nombre d'interaccions a les xarxes socials
- Nombre de visites web

4. Valorar i mesurar. Què obtindrem quan haguem aconseguit els objectius? Sostenibilitat, visibilitat, influència, participació, ...

***Contribució**

3. La persona membre de la comunitat o públic es registra a la plataforma i es converteix en usuària o col.laboradora, fa un comentari, puja una foto, … comparteix la seva interacció amb altres persones, crea o adapta els materials de comunicació (presencialment, als mitjans de comunicació, o a les xarxes socials).

Mètriques:

- Increment de nombre de participants en la plataforma/projecte
- Nombre d'interaccions amb el projecte
- Nombre de Butlletins/mails clicats, oberts, llegits…

***Prescripció**

4. La persona Participant recomana la participació en el projecte a altres persones (presencialment, als mitjans de comunicació, o a les xarxes socials).

Mètriques:

- Increment de nombre de participants en la plataforma/projecte
- Nombre d'interaccions amb el projecte
- Nombre de d'interaccions a les xarxes socials
- Nombre de visites web

***Participació activa**

5. La persona Participant forma part de la governança del projecte, va a les reunions del seu grup local, llegeix els estatuts, revisa el pressupost, participa a les assemblees, pren acta, fa propostes.

Mètriques:

- Increment de nombre de participants en les reunions locals i assemblees
- Nombre de persones participants en l'equip executor del projecte

5. Quadre Estratègia de comunicació

femPROCOMUNS	CONEIXEDOR						COMPROMÈS			CONTRIBUIDOR I PRESCRIPTOR			PARTICIPANT ACTIU		
ETAPES DEL VIATGE	**Públic extern antagònic**			**Públic extern (valors compartits)**			**Usuàries o participants**			**Comunitat de col.laboradores**			**Equip executor**		
Objectiu							**Recontactar amb usuàries**			**Recontactar amb col.laboradores**			**Consolidar l'equip executor**		
Mètriques							Llançament del web. nombre d'accessos al web	0					Planificació estratègia		
Mètriques							Enviament enquesta usabilitat	0					Cerca de subvencions		
													Llista blocaires, periodistes, influencers,..		
													Web preparat/textos revisats/ https://web.commonscloud.coop		
setembre 2019	**Recordar que CommonsCloud existeix i perquè és important que existeixi/fer tallers**														
		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens
		No.	No.		No.	No.		No.	No.		No.	No.		No.	No.
Objectiu	**Sap que existeix el projecte, quin és el propòsit, en sent a parlar, el veu a les xarxes socials, als mitjans de comunicació**			**En sent a parlar a xerrades sobre tecnologies lliures, economia col·laborativa, procomuns,... programes de ràdio o en llegeix en blogs especialitzats o mitjans de comunicació afins**			**Coneix argumentari explicatiu del valor del projecte. Entén com és el projecte, quins serveis ofereix, com accedir-hi, quan valen,..**			**Sap transmetre argumentari explicatiu de la missió, visió i valor del projecte. Pot explicar com és el projecte, quins serveis ofereix, com accedir-hi, quan valen,..**			**Pot decidir i guiar en el desenvolupament del projecte**		
Mètriques	Elaboració i distribució de materials de promoció en paper	0		Xerrades en les que es presenta el projecte		0	Nombre d'emails i argumentaris i altres materials de difusió i pedagògics enviats			Contribueix a fer arribar el missatge a un mínim de 5 persones properes que poden estar interessades	0		Rep convocatòria i acta de les reunions de Consell		
Mètriques	Elaboració i distribució de materials de promoció digitals (Twitter)	0		Blocaires contactats		0	Nombre d'accessos al web amb argumentari valor projecte https://web.commonscloud.coop/perque/			Elaboració de materials per ser adaptats i distribuïts (en paper i digitals, twitter, etc)	0		Rep actualitzacions del calendari de desenvolupament,		
Mètriques	Nombre de comunicats de premsa enviats a mitjans generalistes		0	Nombre de missatges amb comunicats a mitjans especialitzats o afins		0	Nombre d'accessos al web https://web.commonscloud.coop/serveis-2/						Té un compte al gestor de projectes amb els els passos a seguir,...		
Mètriques	Nombre de continguts, articles publicats o mencions, mitjans,... per part de prescriptors, polítics, portaveus		0				Rep una invitació a participar						Sap en quines tasques pot contribuir, què cal fer per fer avançar el projecte		
octubre 2019	**Explicar els avantatges d'utilitzar CommonsCloud i cada un dels seus serveis/ fer tallers**														
		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens		Propis	Aliens
		No.	No.		No.	No.		No.	No.		No.	No.		No.	No.
Objectiu	**Sent a parlar dels perills de GAFAM**			**En sent a parlar a xerrades sobre tecnologies lliures, economia col·laborativa, procomuns,... programes de ràdio o en llegeix en blogs especialitzats o mitjans de comunicació afins**			**Interactua amb la plataforma, s'hi sent còmode**			**Recomana persones properes assistir a tallers**					
Mètriques				Xerrades en les que es presenta el projecte		0	Rep convocatòria al taller. Nombre de convocatòries enviades per mail	0		Donen suport al projecte fent traduccions, o tasques de voluntariat, o fent aportacions econòmiques, ...					
Mètriques				Blocaires&influencers contactats		0	Participa a un taller. Nombre de participants	0		Esdevenen sòcies, estan presents a la presentació,...					
Mètriques				Nombre de missatges amb comunicats a mitjans especialitzats o afins		0	Accedeix al seu compte CC. Nombre accessos a la url		0	Participen en l'equip organitzador del llançament fent tasques					

> Gràcies

http://barcelonactiva.cat/lacomunificadora

<innovaciosocioeconomica@barcelonactiva.cat>
<comunificadora@femprocomuns.coop>

